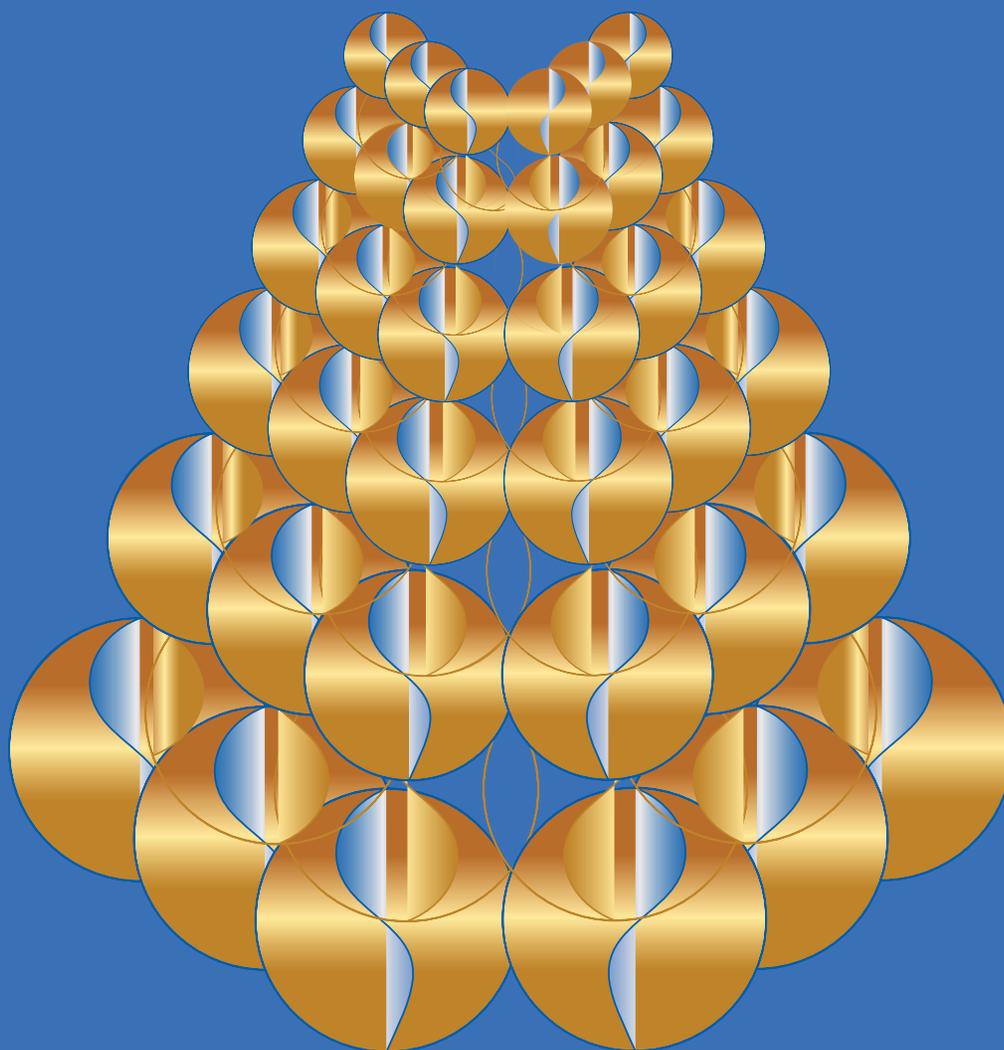


Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008



Département des affaires économiques et sociales
Division de statistique

Études méthodologiques

Série F N° 80/Rev.1

Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008



UNWTO • OMT • KMBTO
ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES



OECD
ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES



Nations Unies

Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2010

Département des affaires économiques et sociales

Le Département des affaires économiques et sociales du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies sert de relais entre les orientations arrêtées au niveau international dans les domaines économiques, sociaux et environnementaux et les politiques exécutées à l'échelon national. Il intervient dans trois grands domaines liés les uns aux autres : i) il compile, produit et analyse de multiples données et éléments d'information sur des questions économiques, sociales et environnementales dont les États Membres de l'Organisation se servent pour examiner des problèmes communs et évaluer les options qui s'offrent à eux; ii) il facilite les négociations entre les États Membres dans de nombreux organes intergouvernementaux sur les orientations à suivre de façon collective en réponse aux problèmes mondiaux existants ou en voie d'apparition; iii) il conseille les gouvernements intéressés sur la façon de transposer les orientations politiques arrêtées à l'occasion des conférences et sommets des Nations Unies en programmes exécutable au niveau national et aide à renforcer les capacités nationales au moyen de programmes d'assistance technique.

Note

Les cotes des documents de l'Organisation des Nations Unies se composent de lettres majuscules et de chiffres. La simple mention d'une cote renvoie à un document de l'Organisation

ST/ESA/STAT/SER.F/80/Rev.1

Publication des Nations Unies

Numéro de vente : F.08.XVII.27

ISBN 978-92-1-261218-8

Copyright © Nations Unies, 2009
Tous droits réservés

Avant-propos

Les recommandations contenues dans la présente publication constituent la mise à jour d'un cadre conceptuel commun pour l'élaboration du Compte satellite du tourisme créé en 2000 par un groupe de travail intersecrétariats. Ce groupe de travail avait été réuni par la Division de statistique de l'Organisation des Nations Unies avec la participation de l'Office statistique des Communautés européennes (EUROSTAT), de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Le processus de mise à jour a été effectué par l'OMT sous la supervision du Groupe de coordination interorganisations des statistiques de tourisme. Le Groupe a été créé en 2004 en vertu de l'accord conclu par les organisations intéressées — EUROSTAT, Organisation internationale du Travail (OIT), Fonds monétaire international (FMI), Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), pays de la Commission économique pour l'Amérique latine et les Caraïbes des Nations Unies (CEPALC), Division de statistique de l'Organisation des Nations Unies (UNSD), Organisation mondiale du tourisme (OMT) et Organisation mondiale du commerce (OMC) — à la quatrième session du Comité de coordination des activités de statistique. Cette mise à jour a pour objectif de réduire les différences conceptuelles dans les processus de révision du Compte satellite du tourisme et d'autres cadres correspondants [par exemple le *Manuel des statistiques du commerce international des services*; le *Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale*, sixième édition (MBP6), projet d'avant-tirage (décembre 2008); le *Système de comptabilité nationale 2008*; et les statistiques sur les migrations].

Un Compte satellite du tourisme a pour objectif d'analyser en détail tous les aspects de la demande de biens et de services associés à l'activité des visiteurs; de voir comment cette demande se confronte dans la pratique à l'offre de ces biens et services dans cette même économie; et de décrire les interactions entre cette offre et d'autres activités économiques. Le présent volume, *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*, offre un cadre mis à jour pour la construction d'un Compte satellite du tourisme. Il devrait permettre une plus grande compatibilité interne des statistiques du tourisme avec le reste du système statistique d'un pays et une meilleure comparabilité internationale des données.

Francesco Frangialli
Secrétaire général
Organisation mondiale du tourisme

Enrico Giovannini
Directeur, chef statisticien, Direction des statistiques
Organisation de coopération et de développement économiques

Walter Radermacher
Directeur général
EUROSTAT

Paul Cheung
Directeur
Division de statistique de l'Organisation des Nations Unies

Remerciements

Le Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008 résulte d'efforts considérables fournis à partir de la fin des années 70.

C'est depuis la fin des années 70 que la France utilise l'expression « comptes satellites » pour désigner les pratiques statistiques de secteurs horizontaux particuliers liés au système de comptabilité nationale qui, quoique dotés d'une approche spécifique, pouvaient néanmoins être considérés comme des « sous-systèmes satellites » de ce dernier en raison du lien fort qu'ils entretiennent avec le cadre central du système. La France a également mis sur pied des plans opérationnels pour quantifier le poids économique du tourisme.

En 1982, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) chargeait José Quevedo (Espagne), alors responsable de l'élaboration de la comptabilité nationale de l'Espagne à son Bureau de statistique national, de préparer un document indiquant les moyens de décrire le tourisme conformément aux recommandations relatives à la comptabilité nationale existant à l'époque, à savoir le *Système de comptabilité nationale 1968*. Ce document, soumis en 1983 à la cinquième session de l'Assemblée générale de l'OMT à New Delhi, soulignait l'importance de cet exercice comme moyen uniforme et global de mesure et de comparaison du tourisme avec d'autres secteurs de l'économie. Il n'a pas été appliqué comme tel mais il est encore considéré comme servant d'orientation générale pour la plupart des activités de l'OMT visant à l'harmonisation internationale des concepts et des statistiques du tourisme.

Depuis le milieu des années 80, le Comité du tourisme de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a conduit des recherches intensives pour faire reconnaître sans tarder la portée, la nature et le rôle du tourisme dans l'économie des pays membres de l'OCDE. Lors de la préparation de son *Manuel sur les comptes économiques du tourisme* en 1991, l'OCDE s'est penchée sur plusieurs des problèmes les plus épineux que soulèvent l'évaluation du tourisme et ses liens avec la comptabilité nationale.

Il faut signaler tout particulièrement la présentation par Statistique Canada, à la Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme, tenue par l'OMT à Ottawa en 1991, d'un schéma visant à instaurer un moyen fiable permettant d'évaluer les activités économiques du tourisme et de les comparer aux autres secteurs de l'économie nationale et à créer un cadre pour rapprocher, de façon organisée et cohérente, d'autres données pertinentes relatives aux activités touristiques. Ce schéma reposait sur un projet ayant pour but d'étudier s'il était possible d'appliquer au tourisme les principes des comptes satellites.

La Commission de statistique des Nations Unies ayant adopté en 1993 les Recommandations sur les statistiques du tourisme qui ont été formulées par la Conférence d'Ottawa, l'OMT et l'OCDE ont commencé à mettre en place le cadre conceptuel destiné à l'élaboration d'un Compte satellite du tourisme (CST). Marion Libreros (France) et John Joice (Canada) ont été chargés de la réalisation du projet respectivement à l'OMT et à l'OCDE.

Il faut savoir gré à ces deux consultants de leurs contributions à l'élaboration des documents successifs qui aboutirent à la présentation du CST à la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme organisée à Nice

du 15 au 18 juin 1999. Durant ce processus, l'OMT a également pu compter sur la collaboration, en tant que consultants, d'Alfred Franz (Autriche), de Douglas Frechtling (États-Unis d'Amérique), d'Alan Pisarski (États-Unis d'Amérique) et de Francisco Hernández (Espagne) ainsi que de José Quevedo (Espagne) et sur celle des membres du Comité directeur des statistiques de l'OMT. Le Groupe de travail statistique du Comité du tourisme de l'OCDE a lui aussi pris une part très active au développement du projet en question. L'OCDE a bénéficié tout particulièrement des contributions d'Alfred Franz (Président du Groupe de travail statistique du Comité du tourisme, Autriche), de Ruth Meier (Présidente du Groupe de travail statistique du Comité du tourisme, Suisse), de Trude Evensen Nygård (Norvège) et de Jocelyn Lapierre (Canada). Enfin, le groupe d'études sur les questions méthodologiques liées au tourisme de l'Office statistique des Communautés européennes (EUROSTAT) a largement compté sur la conception d'un CST réalisé, à sa demande, par le Centre international d'étude et de recherche sur l'économie touristique (Italie), par le Gruppo Clas (Italie) et par Peter Laimer (Autriche).

Nous tenons à rendre un hommage spécial, pour ses efforts inlassables et son dévouement constant, à Enzo Paci, décédé en octobre 1998, qui, en sa qualité de chef du Service statistiques, analyse économique et études de marché de l'OMT, a assumé dès le début le rôle de promoteur d'un système de statistiques du tourisme et du projet de Compte satellite du tourisme.

Après la Conférence de Nice, où l'OMT a présenté ses recommandations pour la préparation d'un compte satellite du tourisme, le groupe de travail intersecrétariats OMT-OCDE-EUROSTAT a été créé dans le but de mettre en place un cadre conceptuel commun pour le développement de la démarche méthodologique d'un CST sur la base du travail effectué par les différentes entités. Les personnes qui ont participé aux réunions de ce groupe de travail et qui, en tant que représentants de leurs organismes, ont assumé la responsabilité des recommandations techniques finales sont Antonio Massieu (OMT), Louis Kincannon (OCDE), Alain Dupeyras (OCDE), Carl Obst (OCDE), Pedro Díaz (EUROSTAT) ainsi que Sophia Eriksson (EUROSTAT). Sans cette plate-forme institutionnelle, le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel* n'aurait pu être approuvé par la Commission de statistique à sa trente et unième session en 2000.

Parallèlement à la rédaction des *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*, l'OMT et le Groupe de coordination interorganisations des statistiques de tourisme, créé en 2004, ont collaboré à la mise à jour du *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel*. Le processus a intégré les changements pour tenir compte des recommandations mises à jour et nouvelles contenues dans les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*, le *Système de comptabilité nationale 2008* et le *Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale*, sixième édition (MBP6), projet d'avant-tirage (décembre 2008), ainsi que les modifications d'ordre rédactionnel au texte initial.

Marion Libreros a été désignée par l'OMT responsable du processus de mise à jour.

Les personnalités ci-après ont participé aux réunions du Groupe de coordination interorganisations des statistiques de tourisme aussi bien au niveau des groupes de travail qu'en plénière :

- EUROSTAT : James Whitworth, Hans-Werner Schmidt et Ulrich Spörel
- Organisation internationale du Travail : Sylvester Young, Robert Pember, Adriana Mata-Greenwood et Igor Chernyshev

- Fonds monétaire international : Robert Edwards, Margaret Fitzgibbon et Natalia Ivanik
- Organisation de coopération et de développement économiques : Enrico Giovannini, Alain Dupeyras, Ann Harrison et William Cave
- Commission économique pour l'Amérique latine et les Caraïbes des Nations Unies : Salvador Marconi
- Division de statistique de l'Organisation des Nations Unies : Paul Cheung, Ivo Havinga, Ronald Jansen et Vladimir Markhonko
- Organisation mondiale du tourisme : Antonio Massieu, Shaila Nijhowne et Marion Libreros
- OMC : Guy Karsenty, Hubert Escaith, Andreas Maurer et Joscelyn Magdeleine

Tous ont accepté de participer à cet effort de coopération qui au cours de ces trois années a permis la réalisation de ce document mis à jour.

Liste d'abréviations et d'acronymes

CITAT	Classification internationale type des activités touristiques
CITI	Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique
COFOG	Classification des fonctions des administrations publiques
COICOP	Nomenclature des fonctions de la consommation individuelle
CPC	Classification centrale de produits
CST	Compte satellite du tourisme
CST : RCC	<i>Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel</i>
EUROSTAT	Office statistique des Communautés européennes
FMI	Fonds monétaire international
IRTS 2008	<i>Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme</i>
ISBLSM	Institutions sans but lucratif au service des ménages
MBP6	<i>Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale, sixième édition</i>
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OIT	Organisation internationale du Travail
OMT	Organisation mondiale du tourisme
PIB	Produit intérieur brut
PIBDT	Produit intérieur brut direct du tourisme
SCN	Système de comptabilité nationale
SCN 2008	<i>Système de comptabilité nationale 2008</i>
SEC	Système européen des comptes
SIFIM	Services d'intermédiation financière indirectement mesurés
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
UNSC	Commission de statistique des Nations Unies
UNSD	Division de statistique de l'Organisation des Nations Unies
VAB	Valeur ajoutée brute
VABDT	Valeur ajoutée brute directe du tourisme
VABIT	Valeur ajoutée brute des industries du tourisme

Table des matières

	<i>Paragraphes</i>	<i>Pages</i>
Avant-propos		iii
Remerciements		v
Liste d'abréviations et d'acronymes		ix
Chapitre 1. — Introduction	1.1.-1.49.	1
A. Statistiques du tourisme et Compte satellite du tourisme : vue d'ensemble	1.1.-1.21	1
B. Antécédents	1.22.-1.43	4
B.1. 1991 : La Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme d'Ottawa.....	1.25-1.27	5
B.2. 1991-1999 : de la Conférence d'Ottawa à l'adoption du <i>Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000</i>	1.28.-1.35.	5
B.3. Du <i>Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000</i> aux recommandations mises à jour de 2008.....	1.36.-1.43.	7
C. Contenu et structure du <i>Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008</i>	1.44.-1.49.	8
Chapitre 2. — L'approche par la demande : concepts et définitions...	2.1.-2.65.	11
A. Historique.....	2.5.-2.20.	11
A.1. Environnement habituel	2.6.-2.8.	12
A.2. Maisons de vacances	2.9.-2.11.	12
A.3. Durée d'un voyage	2.12.-2.14.	13
A.4. Motif principal d'un voyage.....	2.15.-2.18.	13
A.5. Classification des visiteurs	2.19.-2.20.	14
B. Dépenses touristiques et consommation du tourisme	2.21.-2.43.	14
B.1. Définition et champ des dépenses touristiques.....	2.21.-2.24.	14
B.2. Définition et champ de la consommation du tourisme	2.25.-2.30.	15
B.2.1. Catégories de la consommation du tourisme.....	2.29.-2.30.	17
B.3. Questions spéciales.....	2.31.-2.43.	18
B.3.1. Consommation du tourisme en tant que consommation intermédiaire des producteurs (entreprises, administrations publiques et institutions sans but lucratif au service des ménages)	2.32.-2.33.	18

B.3.2.	Services rendus au sein des ménages pour le bénéfice de leurs membres	2.34.-2.36.	19
B.3.3.	Services d'hébergement rendus par des maisons de vacances pour compte propre	2.37.-2.38.	20
B.3.4.	Biens de consommation durables à finalité touristique unique	2.39.-2.43.	20
C.	Formation brute de capital fixe du tourisme	2.44.-2.56.	21
D.	Consommation touristique collective	2.57.-2.65.	23
Chapitre 3. — L'approche par l'offre : concepts et définitions			3.1.-3.41. 25
A.	Classification des produits et activités productives pour le tourisme	3.4.-3.13.	25
A.1.	Produits	3.6.-3.7.	25
A.2.	Activités caractéristiques du tourisme	3.8.-3.10.	26
A.3.	Industries du tourisme	3.11.-3.13.	27
B.	Cas particuliers	3.14.-3.30.	28
B.1.	Services d'hébergement rendus par des maisons de vacances pour compte propre et par d'autres maisons de vacances relevant d'autres types de propriété	3.14.-3.20.	28
B.1.1.	Pleine propriété	3.14.-3.17.	28
B.1.2.	Multipropriété et autres types de propriété novatrice de maison de vacances	3.18.-3.20.	28
B.2.	Agences de voyage, voyagistes et autres prestataires de services de réservation	3.21.-3.24.	29
B.3.	L'industrie des réunions	3.25.-3.30.	30
C.	Variables caractérisant les industries du tourisme	3.31.-3.41.	31
C.1.	Valeur ajoutée brute	3.31.-3.35.	31
C.2.	Emploi	3.36.-3.39.	31
C.3.	Formation brute de capital fixe des industries du tourisme	3.40.-3.41.	32
Chapitre 4. — Tableaux, comptes et agrégats			4.1.-4.115. 33
A.	Tableaux et comptes	4.11.-4.77.	34
A.1.	Remarques générales	4.11.-4.13.	34
A.2.	Classifications utilisées	4.14.-4.19.	35
A.3.	Enregistrement séparé des services de réservation	4.20.	38
A.4.	Le traitement des biens	4.21.-4.26.	38
A.5.	Les tableaux	4.27.-4.77.	39
A.5.1.	Vue d'ensemble	4.28.-4.35.	39
A.5.2.	Description	4.36.-4.77.	40
B.	Agrégats	4.78.-4.115.	47
B.1.	Principaux agrégats	4.81.-4.98.	48
B.1.1.	Dépenses et consommation du tourisme intérieur	4.82.-4.84.	48
B.1.2.	Offre touristique	4.85.-4.98.	48
a)	Valeur ajoutée brute des industries du tourisme	4.86.-4.87.	48
b)	Valeur ajoutée brute directe du tourisme	4.88.-4.94.	49

c) Produit intérieur brut direct du tourisme	4.95.-4.98.	50
B.2. Autres agrégats	4.99.-4.115.	51
B.2.1. Emploi touristique	4.102.-4.105.	52
B.2.2. Formation brute de capital fixe du tourisme	4.106.-4.107.	52
B.2.3. Consommation touristique collective	4.108.-4.112.	53
B.2.4. Demande touristique intérieure totale	4.113.-4.115.	53
Bibliographie		77
Index		79
Glossaire		83
Annexes		
<i>Annexe 1. Principales différences entre le <i>Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel de 2000</i> et le <i>Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel de 2008</i></i>		87
<i>Annexe 2. Relations entre le <i>Compte satellite du tourisme</i> et le cadre central du <i>Système de comptabilité nationale 2008</i></i>		89
<i>Annexe 3. Enregistrement séparé des services de réservation</i>		93
<i>Annexe 4. Le traitement des biens et des activités du commerce de détail</i>		97
<i>Annexe 5. Listes proposées de biens de consommation durables à finalité touristique unique, d'articles entrant dans la formation brute de capital fixe du tourisme et de produits non marchands liés à la consommation touristique collective</i>		101
<i>Annexe 6. La mesure des incidences économiques du tourisme</i>		105
<i>Annexe 7. Adapter le <i>Compte satellite du tourisme</i> aux niveaux infranationaux</i>		109
<i>Annexe 8. Module de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur l'emploi touristique</i>		113
Tableaux		
<i>Tableau 1. Dépenses du tourisme récepteur par produit et catégorie de visiteurs</i>		55
<i>Tableau 2. Dépenses du tourisme interne par produit, catégorie de visiteurs et type de voyages</i>		56
<i>Tableau 3. Dépenses du tourisme émetteur par produit et catégorie de visiteurs</i>		58
<i>Tableau 4. Consommation du tourisme intérieur par produit</i>		59
<i>Tableau 5. Comptes de production des industries du tourisme et des autres industries (aux prix de base)</i>		60
<i>Tableau 6. Offre intérieure totale et consommation du tourisme intérieur par produit (aux prix d'acquisition)</i>		64
<i>Tableau 7. Emploi dans les industries du tourisme</i>		68

<i>Tableau 8.</i> Formation brute de capital fixe des industries du tourisme et autres industries	70
<i>Tableau 9.</i> Consommation touristique collective par produit et niveau d'administration	74
<i>Tableau 10.</i> Indicateurs non monétaires	75
Figures	
<i>Figure 2.1</i> Formes de tourisme et catégories de la consommation du tourisme	17
<i>Figure 3.1</i> Liste des catégories de produits de consommation et activités caractéristiques du tourisme (industries du tourisme).	27
<i>Figure 4.1</i> Classification de produits dans les tableaux 1 à 4	35
<i>Figure 4.2</i> Classification des produits et industries du tourisme dans les tableaux 5 et 6.	36
<i>Figure 4.3</i> Relations entre les différents agrégats économiques caractérisant la dimension du tourisme du point de vue de l'offre	51

Chapitre 1

Introduction

A. Statistiques du tourisme et Compte satellite du tourisme : vue d'ensemble

1.1. Le tourisme comme phénomène de la demande désigne les activités des visiteurs et leur rôle dans l'acquisition de biens et de services. Pouvant également être considéré du côté de l'offre, le tourisme s'entendra alors d'un ensemble d'activités productives qui pourvoient principalement aux besoins des visiteurs. Un visiteur est un voyageur ayant une destination principale en dehors de son environnement habituel pour une période inférieure à une année pour tout motif principal (affaires, loisirs ou toute autre fin personnelle) non lié à l'exercice d'une activité rémunérée pour une entité résidente dans le pays ou le lieu visité (*Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*, par. 2.9).

1.2. Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui suppose des mouvements de personnes. La relation du tourisme avec de multiples activités économiques a suscité un intérêt pour la mesure de sa contribution économique, principalement dans les lieux visités, et pour l'évaluation de son interdépendance avec d'autres activités sociales et économiques. Un certain nombre de pays et d'organisations internationales ont ainsi participé à l'élaboration de concepts, cadres, bases de données et techniques visant à permettre cette mesure.

1.3. Afin de favoriser la comparabilité internationale, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a formulé une série de cadres de recommandations internationales sur les statistiques du tourisme en 1978 et 1993. Récemment, les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* ont été formulées.

1.4. Les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* offrent des « concepts » et « définitions » de base sur les différents aspects du tourisme tels que : voyageurs répondant aux critères du visiteur soit comme touriste (ou visiteur qui passe la nuit) soit comme visiteur de la journée (ou excursionniste) (IRTS 2008, par. 2.13); différentes formes de tourisme (IRTS 2008, par. 2.39 et 2.40); différents motifs principaux d'un voyage touristique (IRTS 2008, par. 3.17); concept de dépenses touristiques (IRTS 2008, par. 4.2) et leurs catégories distinctes liées aux différentes formes de tourisme (IRTS 2008, par. 4.15 et 4.20); et différentes « classifications » utilisables dans l'analyse du tourisme.

1.5. Sur la base de ces recommandations, les pays sont encouragés à formuler leurs statistiques du tourisme selon les lignes directrices suivantes :

- Les évaluations devraient utiliser des sources statistiques fiables, rendant compte des visiteurs ainsi que des producteurs de services;
- Les observations devraient être de nature statistique et être produites régulièrement, combinant le calcul d'estimations de référence et l'emploi d'indicateurs pour renforcer l'utilité des résultats obtenus;

- Les données devraient être comparables dans le temps au sein d'un même pays, comparables entre les pays et comparables avec d'autres domaines d'activité économique;
- Les données devraient offrir une cohérence interne et être présentées dans des cadres macroéconomiques reconnus au niveau international.

1.6. Afin d'assurer que l'établissement des données statistiques intégrées du tourisme s'accorde avec les pratiques d'établissement des autres statistiques économiques, il a été décidé de mieux l'harmoniser avec le *Système de comptabilité nationale 2008* mis à jour (SCN 2008).

1.7. Le *Système de comptabilité nationale* (SCN 2008)¹ consiste en concepts, définitions, nomenclatures, règles de comptabilisation, comptes et tableaux qui constituent un cadre complet et intégré pour l'évaluation de la production, de la consommation, des dépenses d'équipement, des revenus, des stocks et des flux de patrimoine financier et non-financier, ainsi que d'autres variables économiques s'y rattachant.

1.8. Le *Système de comptabilité nationale 2008* inclut un cadre spécifique montrant l'interface entre la demande des biens et des services et l'offre de ces mêmes biens et services au sein d'une économie, à savoir les tableaux des ressources et des emplois.

1.9. Toutefois, la particularité du tourisme réside dans la situation temporaire dans laquelle se trouve un individu en tant que consommateur/consommatrice : il/elle voyage ou visite un lieu, en dehors de son environnement habituel, pendant une durée inférieure à une année pour un motif autre que d'être employé(e) par une entité résidente dans le lieu visité. Cette caractéristique distingue un visiteur des autres catégories de consommateurs.

1.10. Ces caractéristiques du visiteur ne peuvent être clairement définies dans le cadre central du *Système de comptabilité nationale*, où les agents économiques sont classés en fonction de caractéristiques (relativement) permanentes, dont leur pays de résidence.

1.11. Afin de tenir compte de ces situations, le *Système de comptabilité nationale 2008* suggère d'utiliser ce que l'on appelle des « comptes satellites », annexés au cadre central du *Système de comptabilité nationale*, dont il partage, dans une mesure à définir dans chaque cas, les concepts, les définitions, les classifications et les règles comptables de base.

1.12. En conséquence, la mise en place du Compte satellite du tourisme (CST) vise à analyser en détail tous les aspects de la demande de biens et de services que l'on peut associer au tourisme, à établir l'interface réelle avec l'offre de ces mêmes biens et services au sein ou à l'extérieur de l'économie de référence et à décrire comment cette offre (d'origine intérieure ou importée) interagit avec d'autres activités économiques, en utilisant les tableaux des ressources et des emplois comme référence. La première recommandation sur la mise en place du cadre conceptuel du Compte satellite du tourisme a été proposée en 2000 dans le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel*, cadre qui, au regard des « *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*, doit être mis à jour.

1.13. Les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* offrent déjà une cohérence conceptuelle de base avec d'autres cadres statistiques (IRTS 2008, par. 1.31) comme le *Système de comptabilité nationale 2008* (SCN 2008) et le *Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale* (MBP6). Le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* (CST : RCC 2008) peut ainsi s'appuyer sur cette cohérence et constitue une ressource supplémentaire pour associer les statistiques du tourisme aux tableaux types du SCN

¹ Commission des communautés européennes, Fonds monétaire international, Organisation de coopération et de développement économiques, Nations Unies et Banque mondiale, *Système de comptabilité nationale 2008* (Bruxelles/Luxembourg, New York, Paris, Washington, D.C., 2008), <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/SNA2008.pdf>.

2008. Dans la mesure où cet instrument nécessite une cohérence entre les différentes sources de données utilisées et impose des conditions plus strictes sur celles-ci, en particulier le rapprochement entre les différentes données, il devient possible d'estimer des variables cohérentes au niveau interne qui traduisent plus exactement la contribution économique directe du tourisme et son interdépendance avec le reste d'une économie nationale.

1.14. Ce lien entre, d'une part, les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* et le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* et, d'autre part, les données sources utilisées lors de leur préparation jette les bases de la mise en place et de la gestion de systèmes nationaux améliorés de statistiques du tourisme (voir IRTS 2008, par. 1.36 et 1.37).

1.15. Le *Compte satellite du tourisme* complet fournit :

- Des agrégats macroéconomiques pour caractériser le volume et l'importance économique directe du tourisme, comme la valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT) et le produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT), compatibles avec les agrégats semblables utilisés pour l'ensemble de l'économie et pour d'autres activités économiques productives et domaines d'intérêt fonctionnels;
- Des données détaillées sur la consommation touristique, concept plus étendu associé à l'activité des visiteurs comme consommateurs, et une description de la façon dont cette demande est satisfaite par l'offre intérieure et les importations; ces données sont intégrées dans des tableaux établis à partir des tableaux des ressources et des emplois que l'on peut préparer à prix courants comme à prix constants;
- Des comptes de production détaillés des industries du tourisme, comprenant des données sur l'emploi, sur les relations de ces industries avec les autres activités économiques productives et sur la formation brute de capital fixe;
- Un lien entre les données économiques et les informations non monétaires sur le tourisme, comme le nombre de voyages (ou de visites), la durée des séjours, le motif du déplacement, les modes de transport, etc., qui est nécessaire pour préciser les caractéristiques des variables économiques.

1.16. Même si des hypothèses implicites sont nécessaires pour la préparation des tableaux recommandés (voir par. 4.57), le *Compte satellite du tourisme* est par nature principalement descriptif et n'inclut pas de mesures des effets indirects et induits de la consommation touristique sur le système économique dans son ensemble. Cela signifie que l'impact du tourisme sur l'économie n'est pas pleinement pris en compte dans les tableaux du *Compte satellite du tourisme* et doit être ainsi mesuré et analysé selon d'autres approches. Ce qui peut se faire, par exemple, en utilisant des modèles entrées-sorties ou bien des modèles d'équilibre général calculable à partir du *Compte satellite du tourisme* ou d'autres outils de modélisation permettant une analyse globale d'impact du tourisme (voir annexe 6).

1.17. Le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* doit être considéré sous deux angles différents :

- Comme un instrument statistique complétant les concepts, définitions, agrégats et classifications déjà présentés dans les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* et les énonçant sous forme de tableaux analytiques qui offrent des éléments permettant de comparer des estimations entre régions, pays ou groupes de pays. Ces éléments peuvent éga-

lement être comparés avec d'autres agrégats macroéconomiques reconnus au niveau international.

- Comme cadre aidant les pays à poursuivre l'élaboration de leur système de statistiques du tourisme, le principal objectif étant l'élaboration d'un CST, qui pourrait être considéré comme la synthèse d'un tel système.

1.18. La conception de comptes satellites fonctionnels pourrait supposer d'élargir le champ de la production délimité par le SCN 1993, de revoir la classification des transactions ou des agents économiques ou des deux à la fois. Cependant, en concevant le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*, il a été décidé de mettre l'accent sur une nouvelle classification à l'intérieur du champ de la production délimité par le SCN 1993, afin d'aboutir pour le tourisme à des mesures d'agrégats directement comparables à d'autres mesures d'agrégats effectuées dans le cadre conceptuel du SCN 1993.

1.19. Le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* doit apparaître comme la première étape d'un processus d'amélioration et de mise au point méthodologiques du système de statistiques du tourisme, notamment la collecte des données de base. Sa mise en œuvre par les pays dépend des progrès accomplis dans l'application correspondante du *Système de comptabilité nationale 2008*.

1.20. Cet examen et cet élargissement pourront porter sur l'application de nouveaux développements concernant les classifications proposées pour les produits et les activités productives, sur la délimitation d'un nouveau champ pour les activités productives liées au tourisme, sur des domaines d'application nouveaux ou élargis (indicateurs touristiques nationaux, analyse de la balance des paiements, analyses au niveau régional et infra-annuel, lien entre tourisme et environnement), ainsi que sur un champ étendu, par exemple, aux aspects financiers ou aux modules spécifiques (emploi, recettes publiques, etc.).

1.21. Il n'est pas obligatoire pour les pays de produire un CST. Néanmoins, la préparation de tableaux du CST doit apparaître comme une étape majeure dans un processus visant à poursuivre l'élaboration et l'intégration des statistiques du tourisme dans le système de comptabilité nationale d'un pays. Les pays qui ont mis en œuvre un CST ou ont inclus un CST dans leur SCN ont expérimenté l'utilité de cet instrument pour améliorer la couverture et la qualité des statistiques du tourisme, ainsi que pour procéder à une analyse macroéconomique du tourisme.

B. Antécédents

1.22. Le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* couronne de nombreuses années d'efforts déployés par un grand nombre d'institutions, de pays et d'individus pour donner à la mesure de l'activité touristique la place qui lui revient en tant que phénomène économique dans l'ensemble des statistiques macroéconomiques. Son histoire et son élaboration sont étroitement liées à celles des *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* (voir IRTS 2008, par. 1.27 à 1.29) si bien que seules les grandes étapes spécialement importantes pour le CST seront mentionnées.

1.23. Dès 1983, à la cinquième session de son Assemblée générale, tenue à New Delhi, l'OMT a approuvé un rapport expliquant comment il était possible de décrire le tourisme dans le cadre des recommandations formulées à l'époque sur la comptabilité nationale, c'est-à-dire le *Système de comptabilité nationale 1968*². Ce rapport a mis

² Publication des Nations Unies, numéro de vente : F.69.XVII.3.

l'accent sur l'importance de ce type d'exercice comme moyen homogène et complet d'effectuer mesures et comparaisons avec d'autres secteurs de l'économie. Ce rapport est aujourd'hui encore considéré comme un cadre général régissant, pour la majorité des activités de l'OMT, la formulation des concepts et statistiques du tourisme ainsi que leur harmonisation internationale.

1.24. Le Comité du tourisme de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) s'était également efforcé de faire reconnaître sans tarder la portée, la nature et le rôle du tourisme dans les économies des pays membres de l'OCDE et avait démontré l'importance des statistiques du tourisme dans l'élaboration des politiques. Depuis 1985, l'OCDE a travaillé pour que le tourisme soit intégré dans le cadre d'instruments statistiques plus larges, tels que le SCN. Lors de la préparation de son *Manuel sur les comptes économiques du tourisme*³, l'OCDE s'est penchée sur plusieurs des problèmes épineux soulevés par la mesure du tourisme, dont en particulier le rapprochement entre l'offre des industries du tourisme et la consommation des visiteurs, ainsi que le traitement des circuits à forfait.

³ Paris, Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), 1991.

B.1. 1991 : La Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme d'Ottawa

1.25. La Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme, tenue par l'OMT à Ottawa du 24 au 28 juin 1991⁴, a marqué l'aboutissement d'efforts intenses déployés au cours de la seconde moitié des années 70 et durant les années 80, non seulement par des organisations internationales (en particulier, l'ONU, l'OMT et l'OCDE) mais aussi par certains pays parmi lesquels, outre le Canada, la France mérite une mention spéciale pour le rôle de pointe qu'elle a joué dans la mesure du poids économique du tourisme.

⁴ Voir *Résolutions de la Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme* (Organisation mondiale du tourisme, 1991).

1.26. Des travaux internationaux antérieurs sur les statistiques du tourisme ont permis à l'OMT de présenter un ensemble de définitions statistiques sur le tourisme interne et international et une classification des activités touristiques, tous deux liés aux autres statistiques internationales. Par ailleurs, l'OMT insistait sur la nécessité d'un système d'informations touristiques plus profondément intégré au Système de comptabilité nationale, à savoir, un Compte satellite du tourisme.

1.27. À la Conférence d'Ottawa, Statistique Canada a présenté un schéma visant à évaluer le rôle du tourisme dans une économie intérieure, à partir d'un cadre permettant de faire le lien, d'une façon organisée et cohérente, avec d'autres données sur le tourisme, et à rendre la base de données « facilement accessible » aux utilisateurs potentiels. Le schéma présenté résultait d'un projet du Groupe d'étude canadien sur les données du tourisme (1984-1986) pour examiner l'applicabilité des principes du Compte satellite au tourisme. Le rapport sur le Compte satellite du tourisme proposé par ce Groupe d'étude a été rendu public en mai 1987, au moment où l'OMT commençait à développer ses idées sur des directives internationales concernant un Compte satellite du tourisme.

B.2. 1991-1999 : de la Conférence d'Ottawa à l'adoption du Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000

1.28. Depuis la Conférence d'Ottawa, beaucoup d'initiatives annoncées commencent à prendre forme et le nombre de pays qui mettent au point un Compte satellite du tourisme est en augmentation. Outre les pouvoirs publics, le secteur privé prend

aussi ses propres initiatives. Il convient entre autres de mentionner l'action du World Travel and Tourism Council (WTTC), qui recourt abondamment aux techniques de modélisation.

1.29. En 1994, l'ONU et l'OMT ont publié les *Recommandations sur les statistiques du tourisme*⁵ qui comprennent : a) les recommandations sur les statistiques du tourisme⁶ proposées par l'OMT comme suite à la Conférence d'Ottawa; et b) la Classification internationale type des activités touristiques (CITAT)⁷, une classification provisoire des activités productives associées au tourisme qui devrait aider les pays à rassembler des statistiques du tourisme concernant l'offre, aspect n'ayant pas préalablement fait l'objet d'un examen systématique dans le cadre des statistiques du tourisme. Les Recommandations ainsi que la CITAT avaient été adoptées par la Commission de statistique des Nations Unies à sa vingt-septième session⁸.

1.30. À l'OCDE, la collecte et l'analyse des données selon les comptes économiques du tourisme (CET) ont commencé en 1991. Le CET s'est révélé un instrument utile pour orienter la politique touristique et l'OCDE aide régulièrement ses pays membres à se doter de ce compte. En 1997, le Comité du tourisme de l'OCDE a soumis sa première recommandation s'appliquant à un Compte satellite du tourisme pour les pays de l'OCDE.

1.31. L'Office statistique des Communautés européennes (EUROSTAT) a également développé des programmes et réalisé des études sur les statistiques du tourisme dans les États membres. Il a mis au point une méthodologie communautaire⁹ sur les statistiques du tourisme, compatible avec les Recommandations sur les statistiques du tourisme, selon les besoins et les conditions propres des États membres de l'Union européenne (UE).

1.32. Le Canada a été parmi les premiers pays à s'être dotés d'un Compte satellite du tourisme et a publié ses premiers résultats sur le CST en juillet 1994. D'autres pays, comme les États-Unis, la France, le Mexique, la Norvège, la Nouvelle-Zélande, la Pologne, la République dominicaine (qui a utilisé une première version de ce cadre conceptuel avant de l'adapter à mesure que les versions ont été modifiées), Singapour et la Suède ont récemment rendu public leur CST ou ont mis en place des exercices pilotes élargis. Nombre de ces pays ont profité du travail accompli par le Comité du tourisme de l'OCDE durant les années en question.

1.33. En juin 1999, l'OMT a convoqué la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme à Nice, en France, où l'Organisation a présenté ses travaux sur un projet de Compte satellite du tourisme¹⁰. Le cadre a été approuvé dans son principe par la Conférence, qui a recommandé son utilisation comme une plate-forme visant à atteindre un consensus avec d'autres organisations internationales en vue d'une proposition unique pour ce cadre à soumettre à la Commission de statistique des Nations Unies pour adoption.

1.34. En septembre 1999, un groupe de travail intersecrétariats OMT-OCDE-EUROSTAT a été créé avec pour mission d'établir un cadre conceptuel commun pour définir la conception méthodologique du CST, en conformité avec les résolutions de la Conférence mondiale Enzo Paci.

1.35. Un accord a été conclu et, à sa trente et unième session, la Commission statistique a approuvé¹¹ le projet de document, dans sa forme amendée, qui constitue le contenu du *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000*¹². Il résulte de ce processus que chacune des organisations encourage désormais l'établissement d'un CST dans ses pays membres.

⁵ Publication des Nations Unies, numéro de vente : F.94.XVII.6.

⁶ *Ibid.*, première partie.

⁷ *Ibid.*, deuxième partie.

⁸ *Documents officiels du Conseil économique et social, supplément n° 6* (E/1993/26), par. 154.

⁹ Voir *Journal officiel des Communautés européennes, n° L 291* (6 décembre 1995).

¹⁰ *Compte satellite du tourisme (CST) – Cadre conceptuel*, document daté de juin 1999 présenté à la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme, Nice, 15-18 juin 1999.

¹¹ Voir *Documents officiels du Conseil économique et social, 2000, supplément n° 4* (E/2000/24), par. 1.

¹² Publication des Nations Unies, numéro de vente : F.01.XVII.9.

B.3. Du Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000 aux recommandations mises à jour de 2008

1.36. Il convient de souligner les réponses apportées par les pays au *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel*. En 2001, 44 pays à différents stades de développement ont participé à l'établissement d'un Compte satellite du tourisme. Ce nombre a augmenté à plus de 70 en 2007.

1.37. Deux conférences mondiales organisées en 2001 par l'OMT et les pays hôtes correspondants (la première à Vancouver, en Colombie-Britannique, au Canada, et la seconde en 2005 aux chutes d'Iguazú à la frontière entre l'Argentine, le Brésil et le Paraguay) ont débattu de l'importance que revêt pour les décideurs et les autres participants un Compte satellite du tourisme comme moyen d'améliorer leurs connaissances du tourisme dans sa relation avec d'autres activités économiques et ainsi d'accroître leur capacité de prendre de meilleures décisions.

1.38. Durant cette période, l'OMT est devenue membre du système des Nations Unies et, en qualité de membre du Comité de coordination des activités de statistique, a entretenu des contacts avec d'autres organisations internationales de manière à favoriser la convergence avec les autres systèmes statistiques. Cette coordination revêt une importance toujours plus grande.

1.39. La majorité des normes statistiques internationales auxquelles les statistiques du tourisme et le Compte satellite du tourisme sont intrinsèquement liés ont été revues : en particulier, la Classification centrale de produits (CPC) et la Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (CITI), la « Balance des paiements », le Système de comptabilité nationale 1993, etc. Le Compte satellite du tourisme peut désormais être intégré dans ces analyses et, pour les mêmes raisons, être lui-même mis à jour au regard de celles-ci.

1.40. Outre le Groupe de coordination interorganisations des statistiques de tourisme, les pays membres ont participé au processus, via des consultations sur forum électronique ainsi que lors de différentes réunions, associant le Comité de statistique de l'Organisation mondiale du tourisme, l'Atelier international sur les statistiques du tourisme tenu en juillet 2006 et le Groupe d'experts des statistiques du tourisme de l'Organisation des Nations Unies qui s'est réuni en juin 2007.

1.41. Le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000* a constitué une révision majeure dans la mesure où la cohérence structurelle avec les autres cadres (principalement le Système de comptabilité nationale 1993) a nécessité d'apporter des précisions aux définitions qui ont été adoptées dans les *Recommandations sur les statistiques du tourisme de 1993* concernant, en particulier, les formes de tourisme, les catégories de la consommation du tourisme et les classifications des produits et activités productives du tourisme.

1.42. Le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* est fondamentalement une actualisation tenant compte des *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*, ainsi que des mises à jour des autres cadres macroéconomiques connexes et de l'expérience des pays membres dans la mise en œuvre du Compte satellite du tourisme. Il a bénéficié des éléments suivants :

- La précision des différences entre les dépenses touristiques et le concept plus global de consommation touristique;

- Le travail effectué par les experts du tourisme ayant participé aux mises à jour des autres normes internationales qui a permis une amélioration des classifications internationales des activités productives et des produits qui sont particulièrement importants pour la description et l'analyse du tourisme;
- Les progrès accomplis dans la compréhension de l'utilité de l'emploi touristique;
- Une meilleure compréhension et une utilisation accrue des tableaux et des agrégats du tourisme.

1.43. La présente mise à jour de 2008 se distingue du *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000*. Elle offre de grandes différences, qui concernent fondamentalement la clarification des concepts de dépenses touristiques et de consommation du tourisme, ainsi que de traitement des biens acquis par les visiteurs, et la formulation de propositions visant à tenir compte de nouvelles formes de propriété de maisons de vacances et de l'industrie des réunions. Ces principales différences sont présentées à l'annexe 1, à l'exception de celles qui découlent directement des modifications aux recommandations consultables à l'annexe 1 des *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*.

C. Contenu et structure du *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*

1.44. Le chapitre 1 constitue une introduction générale au *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* rapporté à l'autre cadre normatif des statistiques du tourisme (IRTS 2008). Ce chapitre souligne l'utilité de l'application de ce nouvel instrument statistique et offre un bref historique des étapes qui ont conduit à la publication du document mis à jour.

1.45. Le chapitre 2, « L'approche par la demande : concepts et définitions », résume la majorité des concepts présentés dans *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* (chapitres 2 à 4) et présente un concept de consommation du tourisme qui étend celui de dépenses touristiques au-delà du concept utilisé dans lesdites recommandations. Les questions spéciales sont également analysées, comme la consommation du tourisme qui constitue également la consommation intermédiaire des unités de production dans le Système de comptabilité nationale 1993, les services rendus au sein des ménages pour le bénéfice de leurs membres et les services d'hébergement pour compte propre ou à titre gratuit. Ce chapitre explique également le concept de biens de consommation durables à finalité touristique unique qui y fait l'objet de précisions.

1.46. Dans le présent volume, il est suggéré que la consommation interne du tourisme pourrait être complétée par d'autres composantes de la demande interne, telles que la consommation touristique collective et la formation brute de capital fixe du tourisme, en vue d'obtenir un agrégat élargi de la demande appelé « Demande interne touristique totale ». Il en résulte que les autres paragraphes du chapitre 2 précisent les contenus des deux composantes supplémentaires qui constituent la demande interne touristique totale.

1.47. Le chapitre 3, « L'approche par l'offre : concepts et définitions », récapitule une grande part de ce que disent sur le sujet les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* (voir IRTS 2008, chap. 5 et 6). Il souligne les aspects spécifiques qui seront importants lors de l'établissement des tableaux du *Compte satellite du tourisme*, en particulier le cas des services associés à la propriété de maisons de vacances sous toutes ses formes et celui des services de réservation. Il mentionne éga-

lement certaines variables majeures qui caractérisent les industries du tourisme, telles que la valeur ajoutée brute directe, l'emploi et la formation brute de capital fixe.

1.48. Le chapitre 4, « Tableaux, comptes et agrégats », est l'élément central de la conception méthodologique du *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* et présente une série de 10 tableaux. Ce chapitre illustre comment les tableaux s'appuient sur la cohérence établie dans les chapitres 2 et 3 entre les concepts, définitions et classifications et souligne les aspects considérés comme les plus utiles. Il décrit également le contenu de chacun des tableaux et les liens mutuels entre ceux-ci. Il présente également les différents agrégats qui peuvent être calculés pour caractériser la taille du tourisme.

1.49. Diverses annexes viennent compléter le présent volume :

- L'annexe 1 est une présentation schématique des mises à jour qui ont été effectuées entre le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000* et la révision de 2008;
- L'annexe 2 présente le lien entre le Compte satellite du tourisme et le cadre central du Système de comptabilité nationale, question importante examinée lors de la majeure partie des décisions conceptuelles;
- L'annexe 3 décrit l'effet de l'enregistrement séparé des services de réservation sur les différents agrégats liés à la consommation du tourisme : consommation des touristes interne, émetteur et récepteur;
- L'annexe 4 décrit le traitement des biens et des activités du commerce de détail du Compte satellite du tourisme, et, en particulier dans le tableau 6, le calcul de la valeur ajoutée brute directe du tourisme;
- L'annexe 5 propose des listes supplémentaires et des codes pouvant être utiles : la liste des biens de consommation durables à finalité touristique unique, la liste des biens d'équipement spécifiques du tourisme et les codes de la CPC correspondant aux produits considérés comme faisant partie de la consommation touristique collective;
- L'annexe 6 présente brièvement la mesure des impacts économiques du tourisme à partir de l'information communiquée par le cadre du Compte satellite du tourisme;
- L'annexe 7 mentionne les principaux thèmes liés à l'application du cadre aux niveaux infranationaux;
- L'annexe 8 présente le module de l'OCDE sur l'emploi touristique.

Chapitre 2

L'approche par la demande : concepts et définitions

2.1. Voyager a trait à l'activité des voyageurs. Un voyageur est une personne qui se déplace entre deux emplacements géographiques distincts pour tous motifs et toutes durées (voir IRTS 2008, par. 2.4). Les voyages ont des incidences économiques principalement dans les emplacements visités par le voyageur et sont devenus un domaine majeur de l'analyse économique. La mesure des dépenses des voyageurs internationaux hors de leur pays de résidence est exprimée sous le poste *voyage* de la balance des paiements.

2.2. Le tourisme est un concept plus restreint que le voyage étant donné qu'il se réfère à des types spécifiques de voyages : ceux qui conduisent un voyageur en dehors de son environnement habituel pour une période inférieure à une année et pour un motif principal autre que celui d'être employé par une entité résidente dans le lieu visité. Les individus, au moment où ils effectuent ces voyages, sont appelés visiteurs. Le tourisme est ainsi un sous-ensemble du voyage et les visiteurs forment un sous-ensemble des voyageurs (voir IRTS 2008, par. 2.6 à 2.13) dans des contextes aussi bien internationaux qu'intérieurs. La même définition est utilisée et la distinction faite dans la balance des paiements et le Système de comptabilité nationale, ce qui est essentiel pour échanger et rapprocher les données provenant de ces différentes sources en vue de mesurer les flux et les dépenses des voyageurs et visiteurs internationaux.

2.3. La notion d'activités embrasse tout ce que les visiteurs font pour ou durant un voyage. Elle n'est pas restreinte aux activités tenues pour être des activités touristiques caractéristiques, telles que bains de soleil et visites, notamment de sites, etc. Les voyages d'affaires ou aux fins d'éducation et de formation, etc., peuvent également faire partie du tourisme une fois satisfaites les conditions établies pour définir le tourisme (voir IRTS 2008, par. 3.17). Le Compte satellite du tourisme privilégie la dimension économique des voyages touristiques (voir IRTS 2008, par. 2.29 à 2.34), principalement via les dépenses des visiteurs ou autres pour leur profit. L'état de visiteur est provisoire et se rapporte à un voyage particulier. Une fois le voyage terminé, l'individu perd sa qualité de visiteur.

2.4. Le Compte satellite du tourisme concerne également d'autres types d'opérations sur des biens et services, telles que la formation brute de capital fixe (par. 2.44 à 2.56) et la consommation par différents niveaux administratifs de services collectifs touristiques, concepts qui seront décrits ci-après (par. 2.57 à 2.65).

A. Historique

2.5. La plupart des activités économiques associées aux visiteurs ont lieu lorsqu'ils sont en dehors de leur environnement habituel et elles ont des effets sur les économies locales et nationales différents de ceux qui se produisent dans leur environnement habituel. Néanmoins, le Compte satellite du tourisme inclut également

les activités de consommation qui ont généralement lieu dans l'environnement habituel, par exemple, celles des visiteurs potentiels en prévision de leur voyage (comme l'acquisition de petits articles à emporter pour utiliser ou offrir, l'achat de matériel de camping ou de bagages, la souscription d'une police d'assurance voyage, le recours aux services des agences de voyage ou de transport à partir de l'environnement habituel vers l'endroit visité).

A.1. Environnement habituel

2.6. Le concept d'environnement habituel, élément fondamental pour la définition du tourisme, désigne (voir IRTS 2008, par. 2.21 à 2.25) le lieu géographique (pas forcément contigu) où un individu mène son activité quotidienne. Il diffère du concept de résidence, tel qu'utilisé dans le Système de comptabilité nationale 1993 et le *Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale* (MBP6)¹³, et de celui de lieu de résidence habituelle employé dans les statistiques relatives aux ménages.

2.7. Les concepts de pays de résidence et de lieu de résidence habituelle dans un pays (voir IRTS 2008, par. 2.16 à 2.18) sont attachés aux ménages alors que, dans les statistiques du tourisme, l'environnement habituel est une caractéristique attachée aux individus. Deux individus membres du même ménage ont nécessairement le même pays de résidence et lieu de résidence habituelle au sein de ce pays, mais leurs environnements habituels peuvent différer dans une certaine mesure.

2.8. Les concepts de pays de résidence et de lieu de résidence habituelle dans un pays sont utilisés dans le cadre des statistiques du tourisme, parallèlement à celui d'environnement habituel qui détermine le fait d'être un visiteur à un endroit donné. Les statistiques du tourisme classent les visiteurs d'un endroit donné selon leur pays de résidence dans le cas des visiteurs internationaux et selon leur lieu de résidence habituelle dans le cas des visiteurs internes (voir IRTS 2008, par. 2.18).

A.2. Maisons de vacances

2.9. Chaque ménage possède une résidence principale, habituellement définie par rapport à la durée de séjour que l'on y consacre, dont l'emplacement détermine le pays de résidence et le lieu de résidence habituelle de ce ménage et de tous ses membres. Tous les autres logements (propriété du ménage ou loués, à moyen ou à long terme) sont considérés comme logements secondaires (voir IRTS 2008, par. 2.26).

2.10. Les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* excluent expressément de l'environnement habituel les logements secondaires utilisés comme maisons de vacances (où l'on séjourne principalement à des fins récréatives), indépendamment de leur degré de proximité par rapport au lieu de résidence habituelle, de la fréquence des visites et de la durée des séjours (pourvu que cette durée ne transforme pas ce logement secondaire en logement principal du ménage) (voir IRTS 2008, par. 2.27 et 2.28).

2.11. Une maison de vacances peut être située soit sur le même territoire national que la résidence habituelle du ménage soit sur un autre territoire. Le *Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale*, sixième édition (MBP6), projet d'avant-tirage (décembre 2008), et le *Système de comptabilité nationale 2008* servent de référence pour déterminer le traitement à donner dans les statistiques du tourisme à une maison de vacances possédée sur un territoire économique différent.

13 Fonds monétaire international (FMI), *Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale*, sixième édition (MBP6), projet d'avant-tirage (décembre 2008).

A.3. Durée d'un voyage

2.12. Un visiteur (des tourisms interne, émetteur ou récepteur) est classé comme un *touriste* (ou *visiteur qui passe la nuit*), si son voyage inclut une nuitée, ou autrement comme *visiteur de la journée* (ou *excursionniste*) (voir IRTS 2008, par. 2.13).

2.13. La plupart des visiteurs de la journée sont des visiteurs internes, mais il existe également des exemples d'excursionnistes internationaux, en particulier dans les petits pays ou lorsque les passages de frontières sont particulièrement faciles. Pour certains pays, la consommation des visiteurs de la journée peut représenter une part importante des dépenses touristiques.

2.14. Le volume du tourisme peut se caractériser non seulement par le nombre de voyages mais également par le nombre de nuitées. La durée du voyage est un paramètre important pour évaluer le niveau de demande des services touristiques, tels que les services d'hébergement de nuit, ainsi que pour estimer les dépenses totales occasionnées par un voyage.

A.4. Motif principal d'un voyage

2.15. Le motif principal d'un voyage se définit comme le motif en l'absence duquel le voyage n'aurait pas lieu (voir IRTS 2008, par. 3.10).

2.16. Le motif principal d'un voyage constitue l'un des critères utilisés pour déterminer si le voyage répond à la définition du « voyage touristique » et le voyageur à celle du « visiteur ». Notamment, dès lors que cela reste secondaire dans le cadre du voyage, un visiteur peut toucher des revenus durant son séjour (par exemple des jeunes qui font des petits travaux durant leur séjour de manière à se procurer des revenus destinés à financer une part de leurs dépenses). Néanmoins, si le principal motif d'un voyage consiste dans un emploi rémunéré, alors le voyage en question ne peut être un voyage touristique et l'individu faisant le voyage ne peut être considéré comme un visiteur mais comme un voyageur entrant dans une autre catégorie (voir IRTS 2008, par. 3.11).

2.17. L'information sur le motif du voyage touristique est utile pour caractériser les modes de dépenses touristiques. Il est également important de repérer les principaux segments de la demande touristique aux fins de planification, commercialisation et promotion (voir IRTS 2008, par. 3.12).

2.18. En fonction du motif principal correspondant, les voyages des touristes et des visiteurs de la journée peuvent être classés dans les catégories suivantes (voir IRTS 2008, par. 3.14 à 3.17) :

1. Voyages personnels
 - 1.1. Loisirs, détente et vacances
 - 1.2. Visites à des parents et amis
 - 1.3. Éducation et formation
 - 1.4. Santé et soins médicaux
 - 1.5. Religion/pèlerinages
 - 1.6. Shopping
 - 1.7. Transit
 - 1.8. Autres
2. Affaires et motifs professionnels

A.5. Classification des visiteurs

2.19. Aux fins d'analyse, les pays peuvent également souhaiter pousser davantage la segmentation de leurs marchés et les définir davantage en fonction d'autres caractéristiques des visiteurs et de leurs voyages, soit en prenant chaque caractéristique individuellement soit en procédant à des classifications croisées des caractéristiques. Les visiteurs peuvent également être regroupés selon leurs caractéristiques personnelles, l'utilisation d'un forfait, le type principal d'hébergement, le principal mode de transport utilisé, etc., (voir IRTS 2008, chap. 3). La possibilité d'utiliser ces critères dépendra bien entendu de la disponibilité et de la fiabilité d'une information détaillée.

2.20. Une classification clé des visiteurs est celle qui a trait aux différentes formes de tourisme (voir IRTS 2008, par. 2.39 et 2.40), en particulier :

- *Les visiteurs internationaux.* Un voyageur international sera appelé « visiteur international » par rapport au pays de référence si : *a)* il/elle est en voyage touristique (voir IRTS 2008, par. 2.8); et *b)* il/elle est un(e) non-résident(e) qui voyage dans le pays de référence ou un(e) résident(e) qui voyage en dehors de ce pays de référence (voir IRTS 2008, par. 2.42).
- *Les visiteurs internes.* Du point de vue du pays de référence, un voyageur interne sera appelé « visiteur interne » si : *a)* il/elle est en voyage touristique; et *b)* il/elle est un(e) résident(e) qui voyage dans le pays de référence (voir IRTS 2008, par. 2.49).

B. Dépenses touristiques et consommation du tourisme

B.1. Définition et champ des dépenses touristiques

2.21. Les dépenses touristiques constituent le montant payé pour l'acquisition de biens et de services de consommation, ainsi que d'objets de valeur, à usage privé ou pour offrir, pour et durant les voyages touristiques. Elles incluent les dépenses effectuées par les visiteurs eux-mêmes ainsi que les dépenses acquittées ou remboursées par d'autres (voir IRTS 2008, par. 4.2).

2.22. Outre les dépenses monétaires pour les biens et services de consommation effectuées directement par les visiteurs, les dépenses touristiques (voir IRTS 2008, par. 4.5) consistent notamment en :

- a)* Dépenses monétaires en biens et services de consommation effectuées directement par l'employeur pour ses employés en voyage d'affaires;
- b)* Dépenses effectuées par le visiteur remboursées par un tiers, à savoir, soit les employeurs (entreprises, pouvoirs publics et institutions sans but lucratif au service des ménages), soit un autre ménage, soit le régime d'assurance sociale;
- c)* Paiements effectués par les visiteurs pour chacun des services fournis et subventionnés par les pouvoirs publics et les institutions sans but lucratif au service des ménages dans les domaines de l'éducation, de la santé, des musées, et des arts du spectacle, etc.;
- d)* Les débours au titre des services fournis aux employés et à leurs familles en voyages touristiques qui sont financés principalement par les employeurs, tels que les subventions de transport, d'hébergement, de séjours dans les résidences de vacances des employeurs ou d'autres services;

- e) Paiements supplémentaires effectués par les visiteurs pour assister à des manifestations sportives ou tout autre événement culturel à l'invitation des producteurs et payés en grande partie par ceux-ci (entreprises, pouvoirs publics, institutions sans but lucratif au service des ménages).

2.23. Les dépenses touristiques n'incluent pas les autres types de paiements que les visiteurs peuvent effectuer ne correspondant pas à l'acquisition de biens et de services, tels que l'acquittement de taxes ou d'intérêts, l'achat d'actifs financiers et non financiers, etc. Les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* mentionnent expressément ces paiements qui sont exclus (voir IRTS 2008, par. 4.6 et 4.7).

2.24. Les trois premiers tableaux du Compte satellite du tourisme utilisent le concept de dépenses touristiques, lesquelles dépenses sont présentées selon des catégories distinctes (par. 4.36 à 4.40).

B.2. Définition et champ de la consommation du tourisme

2.25. La consommation du tourisme a la même définition officielle que les dépenses touristiques. Néanmoins, le concept de consommation du tourisme utilisé dans le Compte satellite du tourisme déborde celui de dépenses touristiques. De fait, outre le montant payé pour l'acquisition de biens et de services de consommation, ainsi que d'objets de valeur à usage propre ou pour offrir, pour ou durant les voyages touristiques, correspondant aux opérations monétaires (le principal objet des dépenses touristiques), le concept de consommation du tourisme inclut également les services associés à l'hébergement de vacances pour compte propre, les transferts sociaux du tourisme en nature et les autres dépenses de consommation imputées. Ces opérations doivent être évaluées à partir de sources autres que les informations recueillies directement auprès des visiteurs, comme les rapports traitant des échanges de maisons, les estimations des loyers de maisons de vacances, les calculs des services d'intermédiation financière indirectement mesurés¹⁴ (SIFIM), etc.

2.26. Plus précisément, outre les acquisitions déjà incluses dans les dépenses touristiques, la consommation du tourisme couvre également la consommation imputée ainsi que d'autres ajustements et, en particulier :

- a) La valeur imputée des opérations de troc (par exemple l'échange temporaire de logements à des fins de vacances);
- b) La valeur imputée des biens (légumes, fruits, gibier, poissons, etc.) produits pour compte propre à partir de la maison de vacances ou résultant d'activités récréatives (jardinage, chasse, pêche, etc.) en dehors de l'environnement habituel;
- c) La valeur des services (soit marchande soit pour utilisation finale propre) associés à l'hébergement de vacances pour compte propre (logements secondaires à des fins de vacances et tous autres types de propriété de maisons de vacances non traditionnelle);
- d) La valeur des SIFIM comprise dans tout intérêt perçu sur les dépenses touristiques des visiteurs;
- e) Le coût net pour les hôtes des visiteurs récepteurs en termes de dépenses accrues en alimentation, services publics de distribution, invitations, présents, etc. (par. 2.34 à 2.36);
- f) Le coût pour les producteurs (entreprises, pouvoirs publics et institutions sans but lucratif au service des ménages) occasionné par les dépenses des employés en voyages d'affaires n'impliquant pas un décaissement moné-

¹⁴ Les services d'intermédiation financière indirectement mesurés correspondent aux services rendus par les intermédiaires financiers pour lesquels ils ne font pas de prélèvements explicites. Le montant est seulement prélevé implicitement par la différence des taux d'intérêt pour les emprunteurs et pour les prêteurs. Le SCN 2008 recommande que la production totale de cette activité soit considérée comme une consommation des différents récepteurs ou utilisateurs des services pour lesquels des paiements explicites ne sont pas prévus : cela peut être le cas des visiteurs (voir par. 6.163. à 6.169.).

taire par l'employé (services de transport fournis à titre gracieux ou à prix subventionné par les transporteurs à leurs employés, hébergement ou repas fournis à titre gracieux ou à prix subventionné aux employés par les hôtels, etc.) (par. 2.32);

- g) Les coûts nets (c'est-à-dire nets des débours des employés) pour les producteurs de services supplémentaires fournis à leurs employés et à leurs familles en tant que visiteurs outre les coûts déjà inclus dans les dépenses touristiques, tels que : coûts des transports gratuits ou subventionnés par l'employeur, coûts d'hébergement dans les centres de vacances, etc.;
- h) La part du montant que le Système de comptabilité nationale 2008 considère comme dépenses de consommation des pouvoirs publics dans chacun des services non marchands en vue de produits tels que l'éducation, les services sociaux, la santé, les musées, les services récréatifs, etc., dont on peut penser qu'ils bénéficient aux visiteurs et que le Système de comptabilité nationale 2008 qualifie de transferts sociaux en nature (voir par. 8.141 à 8.145);

2.27. Le concept de consommation du tourisme sera utilisé dans le Compte satellite du tourisme dans les tableaux 4 et 6 et constituera la base de l'établissement de la valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT) et du produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT).

2.28. Aux fins du *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*, les caractéristiques suivantes de la consommation du tourisme doivent être soulignées :

- a) Comme déjà mentionné, la consommation du tourisme, à l'inverse des dépenses touristiques, ne se réduit pas aux opérations monétaires : elle embrasse également les opérations de troc, les opérations pour compte propre (dont les services d'hébergement fournis par les maisons de vacances occupées par leurs propriétaires représentent une part importante), la rémunération en nature et d'autres formes de transferts en nature opérés par les producteurs, ainsi que les transactions effectuées par les pouvoirs publics décrites comme transferts sociaux en nature selon le *Système de comptabilité nationale 2008*;
- b) À l'instar des dépenses touristiques, le champ des dépenses effectuées par d'autres au bénéfice des visiteurs déborde le concept délimité dans la comptabilité nationale d'acquisition par les ménages ou les individus, étant donné qu'il embrasse toutes les dépenses effectuées par les producteurs bénéficiant aux employés et à leurs invités, même la partie que le *Système de comptabilité nationale 2008* fait entrer dans la consommation intermédiaire de ces producteurs [voir IRTS 2008, par. 4.36, g];
- c) La consommation du tourisme exclut les achats pour le commerce extérieur inorganisé (« commerce-navette ») car ces achats ne constituent pas une consommation personnelle pour le visiteur mais correspondent à des biens que le visiteur a l'intention de vendre à son retour dans son environnement habituel;
- d) Concernant les dépenses touristiques, la consommation du tourisme couvre l'ensemble de l'acquisition des biens et services individuels que le *Système de comptabilité nationale 2008* considère comme des biens et des services de consommation (voir IRTS 2008, par. 4.4). Elle couvre également l'acquisition d'objets de valeur indépendamment de leur montant non tenus pour

des biens de consommation. Par ailleurs, la consommation du tourisme exclut toutes les dépenses ne correspondant pas à l'acquisition d'un bien ou d'un service comme le paiement de transfert, les taxes autres que les taxes sur les biens et services inclus dans le prix d'acquisition, les intérêts, etc. (voir IRTS 2008, par. 4.6);

- e) Le *Système de comptabilité nationale 2008* considère comme entrant dans la formation brute de capital fixe des ménages l'acquisition d'habitations (principales et autres) ainsi que tous les grands travaux d'entretien et de réparations attachés à ces actifs. Les statistiques du tourisme et le Compte satellite du tourisme suivront des règles similaires (voir IRTS 2008, par. 4.7). Ainsi, ces dépenses et celles occasionnées par l'acquisition et les grands travaux de réparation de maisons de vacances caractérisées par des types novateurs de propriété, comme la multipropriété, la propriété fractionnée, etc., doivent être exclues de la consommation du tourisme mais feront partie de la formation brute de capital fixe du tourisme (annexe 5);
- f) La consommation du tourisme a lieu lorsque la propriété du bien est transférée ou lorsque le service est fourni aux visiteurs et consommé par ceux-ci. Ce moment peut être distinct de celui où le paiement est effectué ou exigible; les paiements peuvent intervenir avant l'acquisition (paiements anticipés) ou après (utilisation de cartes de crédits, prêts, etc.);
- g) De manière générale, les dépenses touristiques couvrent les acquisitions effectuées pour et durant les voyages. Lorsqu'elles interviennent préalablement à un voyage, les dépenses touristiques incluent seulement l'acquisition de services associés au voyage lui-même, de biens de faible valeur unitaire censés être utilisés durant le voyage ou rapportés pour être offerts et de biens de consommation durables à finalité unique (voir IRTS 2008, par. 4.11). Toutes les acquisitions effectuées durant les voyages de biens de consommation, d'objets de valeur et de services sont incluses dans les dépenses touristiques indépendamment de leur valeur unitaire (voir IRTS 2008, par. 4.10.). La même règle vaut pour la consommation du tourisme.

B.2.1. Catégories de la consommation du tourisme

2.29. À l'instar des dépenses touristiques (voir IRTS 2008, par. 4.15 et 4.20), différentes catégories de la consommation du tourisme déterminées à partir du pays de résidence des agents économiques concernés (le visiteur et le prestataire du bien et du service acquis) peuvent être définies et reliées aux différentes formes de tourisme (voir IRTS 2008, par. 2.39 et 2.40). Cette relation fait l'objet d'une présentation schématique à la figure 2.1.

Figure 2.1

Formes de tourisme et catégories de la consommation du tourisme

Tourisme interne : activités d'un visiteur résident au sein du pays de référence dans le cadre d'un voyage relevant du tourisme interne ou émetteur.

Consommation du tourisme interne : consommation du tourisme par un visiteur résident dans l'économie de référence.

Tourisme récepteur : activités d'un visiteur non-résident au sein du pays de référence dans le cadre d'un voyage relevant du tourisme récepteur.

Consommation du tourisme récepteur : consommation du tourisme par un visiteur non-résident dans l'économie de référence.

Figure 2.1 (suite)

Formes de tourisme et catégories de la consommation du tourisme

Tourisme émetteur : activités d'un visiteur résident en dehors du pays de référence, dans le cadre soit d'un voyage relevant du tourisme émetteur soit d'un voyage relevant du tourisme interne.

Consommation du tourisme émetteur : consommation du tourisme par un visiteur résident en dehors de l'économie de référence.

Tourisme intérieur : Tourisme interne et récepteur, à savoir les activités des visiteurs résidents et non-résidents au sein du pays de référence dans le cadre de voyages internes ou internationaux.

Consommation du tourisme intérieur : consommation du tourisme par les visiteurs résidents et non-résidents dans l'économie de référence. Elle est la somme de la consommation du tourisme interne et de la consommation du tourisme récepteur.

Tourisme national : Tourisme interne et émetteur, à savoir les activités des visiteurs résidents, à l'intérieur et en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages relevant du tourisme interne ou émetteur.

Consommation du tourisme national : consommation du tourisme par les visiteurs résidents, à l'intérieur et en dehors de l'économie de référence. Elle est la somme de la consommation du tourisme interne et de la consommation du tourisme émetteur.

2.30. Le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* restreint son champ à la consommation du tourisme associée aux visiteurs qui font des voyages à l'intérieur du pays de référence, vers celui-ci ou en provenance de celui-ci. L'effet sur une économie donnée de la consommation des visiteurs sans aucun contact avec le territoire économique ne sera pas considéré comme relevant de l'une quelconque des catégories de la consommation du tourisme en rapport avec ce territoire. Par exemple, le prix du transport aérien d'un résident des États-Unis d'Amérique en vol direct de New York vers Paris sur British Airways ne sera inclus dans aucune des formes de la consommation du tourisme pour le Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord.

B.3. Questions spéciales

2.31. Plusieurs questions nécessitent une attention particulière dans la définition de la consommation du tourisme : la consommation du tourisme en tant que consommation intermédiaire des producteurs, les services fournis au sein d'un ménage pour sa propre utilisation finale, les services fournis par des maisons de vacances occupées par leurs propriétaires et les biens de consommation durables à finalité touristique unique.

Le traitement des biens relevant de la consommation du tourisme est décrit en annexe 4.

B.3.1. Consommation du tourisme en tant que consommation intermédiaire des producteurs (entreprises, administrations publiques et institutions sans but lucratif au service des ménages)

2.32. La définition des visiteurs englobe non seulement les personnes qui voyagent pour des raisons personnelles, mais aussi certaines personnes qui voyagent pour affaires. Leurs dépenses de consommation peuvent être payées en totalité ou partie par les entreprises, les pouvoirs publics ou les ISBLSM qui les emploient ou pour lesquels elles voyagent. Ces paiements peuvent être effectués via différentes approches : soit payer les prestataires directement pour leur consommation, soit intervenir comme prestataires

des services en question, soit verser une somme forfaitaire à l'employé en voyage afin de couvrir ces frais supplémentaires, soit une combinaison des trois. Dans certains cas, en particulier pour les dépenses de transport et d'hébergement, le *Système de comptabilité nationale 2008* considère ces dépenses comme entrant dans la consommation intermédiaire de l'unité de production indépendamment de la marche à suivre en vue de son acquisition. Il en résulte que cette consommation ne relève pas du concept, caractéristique des systèmes de comptabilité nationale, de dépenses de consommation finale/effective des ménages même si les statistiques du tourisme les classent dans la consommation du tourisme car elles y sont considérées comme l'acquisition de services directement liés aux activités d'un visiteur durant son voyage.

2.33. Cette différence de champ d'application ne doit pas être oubliée lorsque l'on tente de comparer les agrégats liés à la consommation du tourisme avec la consommation globale finale des ménages, étant donné que le champ de la consommation du tourisme va au-delà de la consommation finale des ménages, de sorte que la consommation du tourisme ne fait pas toujours partie de la consommation finale des ménages pour les individus concernés.

B.3.2. Services rendus au sein des ménages pour le bénéfice de leurs membres

2.34. Les services rendus au sein des ménages pour le bénéfice de leurs membres sont généralement exclus du concept de production dans le *Système de comptabilité nationale 2008*, à deux exceptions près : la prestation de services de logements occupés par leurs propriétaires et la production de services domestiques par des employés de maison. C'est également l'approche adoptée par le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*. De la sorte, l'auto-prestation de services de transport par un ménage (ex. : le fait de conduire la famille en voiture jusqu'à une destination extérieure à l'environnement habituel de ses membres) ou le service fourni pour la préparation des repas (ex. : le fait de préparer et de servir des repas à la famille dans un logement indépendant avec cuisine au cours d'un voyage) tombent en dehors du concept de production et sont exclus de la mesure de la consommation du tourisme.

2.35. En conséquence, les pays susceptibles de vouloir imputer une valeur à ces services sont encouragés à le faire tout en ayant la possibilité d'exclure ces montants aux fins de comparabilité internationale. Il importe également de prendre des précautions avec ces imputations lorsque l'on établit la contribution du tourisme au produit intérieur brut (PIB) étant donné la nécessité pour le calcul d'une part que la valeur figurant dans le numérateur soit également reprise dans la valeur totale du dénominateur.

2.36. S'agissant des services assurés à titre gracieux par un ménage aux membres d'un autre ménage en visite, la question de savoir s'il faut chiffrer ces services dépend des modalités de conception et d'application des principes du *Système de comptabilité nationale 2008* et de la balance des paiements, et cela vaut également pour les services d'hébergement fournis aux visiteurs dans le logement principal d'un ménage. Dans le cas d'une telle évaluation, seulement l'augmentation de la consommation du ménage résultant de l'achat de biens et services nécessaires à la prestation de ces services ou de l'achat direct de services au bénéfice du visiteur (une invitation à un restaurant ou à un spectacle) est enregistrée (lorsque cette possibilité existe) comme consommation du tourisme (dépenses au bénéfice d'un visiteur) et un transfert de contrepartie en nature est reçu et payé.

B.3.3. Services d'hébergement rendus par des maisons de vacances pour compte propre

2.37. Par souci de comparabilité entre les ménages louant leurs logements et les ménages occupant un logement qu'ils possèdent, et en raison de l'importance des dépenses de logement au sein des dépenses courantes auxquelles un ménage doit faire face, le *Système de comptabilité nationale 2008* recommande d'imputer un service d'hébergement pour compte propre à tous les logements occupés et utilisés par leurs propriétaires. Dans ce cas, les services d'hébergement qui y sont associés sont évalués sur la base soit des caractéristiques du logement et des frais d'entretien, soit du loyer moyen réel sur le marché pour des unités analogues, lorsqu'il existe un marché locatif actif et représentatif pour de telles unités.

2.38. Cette recommandation ne s'applique pas uniquement au logement principal d'un ménage mais à toutes les autres unités de logement appartenant au ménage et retenues également pour l'utilisation de ses membres. Elle s'applique donc également aux maisons de vacances utilisées pour compte propre. Un service d'hébergement doit être imputé à la fois comme activité productive pour le propriétaire et comme dépense de consommation du tourisme. Ce service fait partie de l'offre touristique et de la consommation du tourisme indépendamment de la question de savoir si le logement a été de fait utilisé par des visiteurs durant la période de référence lors d'un voyage touristique ou non.

B.3.4. Biens de consommation durables à finalité touristique unique

2.39. Les biens de consommation durables sont des biens pouvant être utilisés aux fins d'une consommation répétée ou continue sur une période d'un an ou plus, moyennant un taux d'usure physique normal ou moyen (voir SCN 2008, par. 9.42). Ils peuvent avoir n'importe quelle valeur unitaire, mais la présente analyse mettra l'accent sur ceux d'une valeur unitaire relativement élevée acquis par des individus pour leur usage personnel. Une fois acquis par des producteurs, ils sont considérés comme des biens d'équipement utilisés pour les processus de production, à l'instar des véhicules, des ordinateurs, etc. Lorsqu'ils sont acquis par des ménages, ils sont considérés comme des biens de consommation durables.

2.40. Du point de vue du tourisme, on peut repérer deux types de biens de consommation durables : ceux utilisés presque exclusivement pour et durant les voyages, et ceux qui peuvent être utilisés en de multiples circonstances (à savoir durant les voyages touristiques et dans l'environnement habituel). Les premiers consistent en articles tels que bagages, équipements de camping, autocaravanes tandis que le deuxième groupe couvre des produits tels que automobiles ou appareils photo qui peuvent connaître un usage intensif aussi bien dans l'environnement habituel que durant les voyages.

2.41. Une catégorie spécifique de biens appelés biens de consommation durables à finalité touristique unique est créée parmi les biens de consommation durables pour y inclure des biens de consommation durables exclusivement utilisés, ou presque, par des individus en voyages touristiques.

2.42. Parce que leur utilisation a lieu presque exclusivement durant les voyages, il est recommandé que l'acquisition des biens de consommation durables à finalité touristique unique soit également incluse dans les dépenses touristiques lorsque l'achat intervient préalablement à un voyage. Ce traitement n'est en revanche pas recommandé pour d'autres biens de consommation durables d'une valeur unitaire importante, dont

l'acquisition est incluse dans les dépenses touristiques seulement si elle intervient durant les voyages.

2.43. Une liste de ces biens de consommation durables à finalité touristique unique est fournie à l'annexe 5. Toutefois, compte tenu de la diversité des types d'activités entre pays et régions que les individus peuvent entreprendre dans leur environnement habituel, la souplesse est recommandée lorsqu'il s'agit de définir la liste propre aux pays des biens de consommation durables à finalité unique.

C. Formation brute de capital fixe du tourisme

2.44. Le *Système de comptabilité nationale 2008* définit la formation brute de capital fixe comme étant la valeur totale des acquisitions d'un producteur, moins les cessions, d'immobilisations corporelles au cours de la période comptable, plus certaines additions à la valeur des actifs non produits effectuées par l'activité productive des unités institutionnelles. Les actifs fixes sont des actifs corporels ou incorporels issus de processus de production et qui sont eux-mêmes utilisés de façon répétée ou continue dans d'autres processus de production pendant plus d'un an (voir SCN 2008, par. 10.32).

2.45. L'analyse des stocks et des flux de l'investissement matériel est particulièrement importante pour le tourisme parce que, dans la plupart des circonstances, le tourisme est impossible à l'échelle voulue s'il manque une infrastructure de base pour le transport, le logement, les équipements de loisir, les services sanitaires et les autres structures qui déterminent, dans une grande mesure, la nature et l'intensité des flux de visiteurs.

2.46. L'investissement lié au tourisme peut approximativement être classé en trois grandes catégories de la manière suivante :

- a) Actifs fixes spécifiques du tourisme;
- b) Investissements par les industries du tourisme dans les actifs fixes non spécifiques du tourisme;
- c) Infrastructures liées au tourisme.

2.47. En raison de leur nature et de leur conception spécifiques, les *actifs fixes spécifiques du tourisme* sont utilisés exclusivement, ou presque, dans la production des biens et services caractéristiques du tourisme. Si le tourisme n'existait pas, ces actifs seraient d'une valeur limitée dans la mesure où ils ne seraient pas aisément convertibles en applications non touristiques. Ces actifs sont notamment les voitures pour le transport de voyageurs par chemin de fer, les bateaux de croisière, les autocars d'excursions, les services d'hôtels, les centres de convention, les marinas, les remonte-pentes, etc. Les maisons de vacances sont également comprises dans cette catégorie bien que, dans ce cas, elles puissent être aisément converties de logements secondaires en résidences principales des ménages (voir IRTS 2008, par. 2.27).

2.48. L'annexe 5 propose une large classification de ces actifs qui est compatible avec la classification des actifs fixes corporels produits utilisés dans le *Système de comptabilité nationale 2008*.

2.49. Les *investissements par les industries du tourisme dans les actifs fixes non spécifiques du tourisme* sont des investissements dans les actifs fixes considérés comme ayant trait au tourisme non en raison de la nature des actifs eux-mêmes, mais en raison de l'utilisation qui en est faite par une industrie du tourisme (par. 3.11). Cette catégorie couvre par exemple les systèmes informatiques des hôtels ou des agences de voyage, les services de blanchisserie d'hôtel, etc. En raison de la multiplicité des actifs susceptibles d'entrer dans cette catégorie, il n'existe pas de recommandation spécifique concernant

la classification qui diffère de ce qui est recommandé en général dans le *Système de comptabilité nationale 2008*, et les pays sont encouragés, dans la mesure du possible, à identifier certaines classes spécifiques de ces actifs qui peuvent jouer un rôle important dans leur économie nationale.

2.50. *Les infrastructures liées au tourisme* qui sont mises en place principalement par les autorités publiques pour faciliter le tourisme sont généralement encore plus difficiles à repérer : elles peuvent avoir été mises en place à un moment donné à cette fin précise, ou elles peuvent de fait faciliter le tourisme même si cela ne correspondait pas nécessairement à l'objectif primaire ou unique de l'investissement.

2.51. Même si ces actifs sont nécessaires dans le processus de production des services de tourisme particuliers, ils ne sont pas toujours représentés comme un facteur de ce processus de production, à l'instar des transports routiers, impossibles sans route. Néanmoins, l'utilisation de ces actifs (si elle ne fait l'objet d'aucune tarification) n'est généralement pas considérée comme un coût de production du point de vue du producteur individuel, mais seulement dans les représentations générales prenant en considération les coûts sociaux des activités de production.

2.52. De même, les visiteurs séjournent rarement dans les lieux où n'existent pas d'infrastructures pour l'eau salubre, le réseau d'assainissement, l'électricité, les télécommunications, les services de santé, etc. Toutefois, l'utilisation de ces services par les visiteurs peut être une simple éventualité, à l'instar des services de santé, ou elle peut être indirecte via la qualité des services de tourisme qu'ils reçoivent.

2.53. En résumé, les *infrastructures liées au tourisme* présentent certaines caractéristiques :

- a) L'actif peut avoir été produit ou acquis en vue d'être exclusivement ou principalement utilisé par les visiteurs, comme l'aménagement de plages ou de stations de ski spécifiquement axées sur les visiteurs, ou l'ouverture d'une route desservant spécialement un centre de séjour gracieusement mise à la disposition des usagers de sorte qu'il n'y a pas de processus de production identifiable associé à son utilisation;
- b) Au moment où l'investissement a été fait et décidé, il a pu être effectué en vue d'une utilisation exclusive ou principale par les visiteurs à un moment précis (à l'instar des investissements publics en vue d'une manifestation spéciale, comme un événement sportif international tels les Jeux olympiques ou la Coupe du monde de football ou de cricket, ou une réunion internationale importante, etc.) mais une utilisation non touristique ultérieure a également été envisagée durant l'approbation de l'investissement en question (utilisation future des services sportifs, de transport ou de logement par les résidents habituels; transformation des logements provisoires aménagés pour les athlètes durant la manifestation sportive en projets de logements permanents, etc.);
- c) Les infrastructures liées au tourisme peuvent être axées de manière générale sur toutes les activités et en outre bénéficier au tourisme (à l'instar d'un aéroport ouvert à tous les types de trafic, d'une route sans péage, ou d'un hôpital dans une région parfois utilisé par les visiteurs) dans la mesure où son absence amoindrirait probablement l'intensité du tourisme.

2.54. En raison des difficultés à identifier les investissements touristiques, il est recommandé que le *Compte satellite du tourisme* mette d'abord l'accent sur les *actifs fixes spécifiques du tourisme* et l'*investissement par les industries du tourisme dans les actifs fixes non spécifiques du tourisme*. Néanmoins, s'il est possible de repérer les éléments

des *infrastructures liées au tourisme* qui profitent assurément presque exclusivement au tourisme, les pays sont encouragés à en inscrire la valeur correspondante dans la formation brute de capital fixe du tourisme même si elle n'est pas incluse dans le tableau 8 du Compte satellite du tourisme recommandé.

2.55. Enfin, il doit être observé que la formation brute de capital fixe du tourisme de l'économie de référence se rapporte à des actifs fixes produits exploités par les résidents. Elle exclut les actifs exploités au sein du territoire économique par les non-résidents (excepté les maisons de vacances). Cela peut être le cas, en particulier, des actifs mobiles (tels que les avions, trains, ferries, bateaux de croisière, autocars, etc.) qui sont essentiels pour le tourisme mais ne sont pas toujours exploités par les résidents.

2.56. Il faudra cependant attendre des analyses et des recherches plus approfondies pour pouvoir proposer un agrégat se rapportant précisément à la formation brute de capital fixe du tourisme utilisable dans des comparaisons internationales. Malgré ces problèmes de mesure, le concept général de formation brute de capital fixe du tourisme est considéré comme majeur et s'inscrit dans le contexte plus large de la demande touristique intérieure totale.

D. Consommation touristique collective

2.57. Les pouvoirs publics sont investis de deux grandes responsabilités économiques : fournir certains biens et services à la communauté sur une base non marchande et redistribuer les recettes et les richesses via des paiements de transfert implicites ou explicites.

2.58. Les pouvoirs publics jouent plusieurs rôles dans le tourisme : ils offrent le cadre législatif et réglementaire régissant l'accueil des visiteurs et les services qui leurs sont proposés ainsi que les règles que ceux-ci sont tenus de suivre; ils œuvrent à la promotion générale du tourisme au profit d'un pays ou d'une région donnée; ils élaborent les instruments permettant l'évaluation des politiques de tourisme; ils maintiennent l'ordre et la sécurité pour que le tourisme ait lieu; ils gèrent l'espace qui se trouve dans le domaine public, etc. Ils offrent également un certain nombre de services qui ont déjà été mentionnés, tels que les services de santé, d'éducation et culturels à des prix qui ne sont pas économiquement significatifs et dont les visiteurs peuvent également bénéficier.

2.59. Les pouvoirs publics fournissent également souvent une aide via différents types d'incitations : offre directe de services, fonds de développement à l'appui des investissements axés spécifiquement sur le tourisme, incitations fiscales ou subventions visant à orienter les investissements vers certaines zones géographiques ou domaines d'activités, investissements directs dans les infrastructures (routes, hôpitaux, aéroports, etc.), ou développement des entreprises publiques dans les domaines comme le transport, le logement, les services récréatifs, etc.

2.60. Dans les catégories utilisées dans le *Système de comptabilité nationale 2008*, afin d'analyser et de décrire les activités mises en œuvre par les pouvoirs publics, la production (combinant des intrants pour obtenir des produits) est considérée différemment de l'offre de subventions, d'incitations fiscales ou de transferts au titre des balances des transactions courantes ou des opérations en capital (offre de ressources sans contrepartie) ou des financements (actifs et passifs financiers).

2.61. Du point de vue du Compte satellite du tourisme, l'offre de services individuels sur une base non marchande bénéficiant aux visiteurs est déjà incluse au titre de la consommation du tourisme en tant que transferts sociaux en nature. Néanmoins, il

y a également un intérêt à observer l'offre de « services collectifs non marchands » qui ont les caractéristiques suivantes (voir SCN 2008, par. 9.95) :

- a) Ils peuvent être rendus simultanément à tous les membres de la collectivité ou à des sous-ensembles particuliers de la collectivité, comme les habitants d'une région ou d'une localité donnée;
- b) L'utilisation de ces services est généralement passive et elle ne requiert pas l'accord explicite ou la participation active des individus concernés;
- c) La fourniture d'un service collectif à un individu ne réduit pas le montant qui est disponible pour les autres dans la même collectivité ou dans le même sous-ensemble de la collectivité, autrement dit il n'y a pas d'antagonisme dans l'acquisition du service.

2.62. En raison des caractéristiques de ces services, le *Système de comptabilité nationale 2008* n'affecte pas la valeur des services collectifs non marchands à la consommation des ménages ou à tout autre agent économique, comme c'est le cas des services non marchands individuels. Une catégorie spécifique est créée, celle de « dépenses de consommation collective des administrations publiques » qui a cessé d'être affectée à des bénéficiaires éventuels (voir SCN 2008, par. 9.85) et qui constitue la consommation finale effective des administrations publiques dans un cadre de comptabilité nationale.

2.63. Les services collectifs non marchands peuvent également inclure les dépenses publiques qui bénéficient à la fois aux consommateurs et aux producteurs et même les dépenses bénéficiant seulement aux producteurs. Lorsque ces services sont fournis gratuitement aux producteurs, dans la mesure où le système n'envisage pas la possibilité d'une consommation intermédiaire par les producteurs de la production non marchande des administrations publiques, on doit également les envisager comme faisant partie de la consommation collective des administrations publiques. Néanmoins, lorsque des services de types similaires (par exemple la promotion commerciale) sont fournis sur une base marchande ou proposés dans le cadre d'un partenariat public-privé où le secteur privé apporte les fonds nécessaires en totalité ou partie, ces services ne sont pas rangés dans les services collectifs non marchands mais dans les services fournis par un producteur marchand (susceptible de recevoir une aide de la part des administrations publiques sous la forme d'un transfert courant) et sont considérés comme une consommation intermédiaire du secteur privé.

2.64. Les services collectifs non marchands liés au tourisme peuvent être établis sur la base de la CPC, et la production et la consommation correspondantes peuvent être mesurées également comme PIB engendré durant le processus. L'annexe 5 présente une liste de ces produits. La valeur totale de la consommation de ces services sera appelée « consommation touristique collective ». Afin de souligner l'importance économique des actions entreprises par les autorités publiques en vue d'instaurer un environnement propice au développement du tourisme, le compte satellite du tourisme inclut une mesure spécifique de la consommation touristique collective. En outre, la valeur totale des services similaires à ceux relevant de la consommation touristique collective mais fournis sur une base marchande doit également être enregistrée comme poste pour mémoire.

2.65. En outre, la consommation touristique collective est considérée comme faisant partie du concept plus large de demande touristique intérieure totale, bien qu'actuellement l'approche de cet élément constitutif ne revête qu'un caractère expérimental, faute d'expérience dans ce domaine et en raison de problèmes de mesure. Il s'ensuit que les comparaisons internationales ne doivent pas s'appuyer sur l'évaluation de cet agrégat.

Chapitre 3

L'approche par l'offre : concepts et définitions

3.1. L'une des questions majeures que peuvent aborder les statistiques du tourisme concerne la description et la mesure du rôle du tourisme dans l'offre de biens et de services. Dans quelle proportion contribue-t-il aux différentes activités répondant aux besoins des visiteurs ? Comment sa contribution économique peut-elle être établie de manière compatible avec d'autres mesures macroéconomiques ?

3.2. Pour y répondre, les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* présentent d'importantes évolutions concernant l'identification des produits (produits caractéristiques et connexes du tourisme, et autres produits de consommation) et des industries du tourisme utilisant des classifications approuvées au niveau international de produits [Classification centrale de produits (CPC, Ver. 2.)] et d'activités productives, [Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (CITI, Rev. 4)].

3.3. Les chapitres 5 et 6 des *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* constituent les références de base pour la classification des produits, la détermination des activités caractéristiques du tourisme et des industries du tourisme, ainsi que la collecte de statistiques sur l'offre; le présent volume *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* se contentera de récapituler les principales questions d'un intérêt particulier pour le cadre conceptuel du Compte satellite du tourisme.

A. Classification des produits et activités productives pour le tourisme

3.4. Le Compte satellite du tourisme constitue le cadre conceptuel d'un rapprochement global des données du tourisme liées à l'offre et à la demande. Il embrasse le champ plus étendu de la demande touristique intérieure totale, incluant non seulement la consommation du tourisme mais également la formation brute de capital fixe du tourisme et la consommation touristique collective.

3.5. Pour cette raison, la mesure et l'analyse du tourisme nécessitent une classification particulière des produits et activités productives. La classification couvre : a) les produits, principalement (mais non exclusivement) relevant des dépenses touristiques; et b) les activités productives qui forment la base de la définition des industries du tourisme.

A.1. Produits

3.6. La classification des produits a été élaborée dans les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*. Outre les produits de consommation, elle inclut tous les autres produits qui circulent dans l'économie de référence et qui ont

un lien avec le tourisme. Deux grands sous-ensembles se dégagent de ces produits : les produits de consommation et les produits de non-consommation.

3.7. La classification qui a été mise au point et ses composantes fondamentales sont définies ci-après (voir IRTS 2008, par. 5.16) :

A. Produits de consommation :

A.1. Produits caractéristiques du tourisme répartis en deux grandes sous-catégories :

A.1.i. *Produits caractéristiques du tourisme comparables au niveau international*, représentant les principaux produits en vue de la comparaison internationale des dépenses touristiques;

A.1.ii. *Produits caractéristiques du tourisme propre aux pays* (à déterminer par chaque pays en appliquant les critères mentionnés dans les IRTS 2008, par. 5.10, à leur propre contexte).
Pour les deux sous-catégories de produits mentionnées ci-dessus, les activités productrices correspondantes seront considérées comme caractéristiques du tourisme; et les industries dont l'activité principale est caractéristique du tourisme seront appelées industries du tourisme;

A.2. Autres produits de consommation répartis en deux sous-catégories, toutes les deux à déterminer par pays et, ainsi, spécifiques à chaque pays :

A.2.i. *Produits connexes du tourisme* comportant d'autres produits selon leur utilité pour l'analyse du tourisme mais ne satisfaisant pas aux critères mentionnés dans les IRTS 2008, par. 5.10;

A.2.ii. *Produits de consommation non liés au tourisme* composés de tous les autres biens et services de consommation ne relevant pas des catégories précédentes

B. Produits de non-consommation : cette catégorie inclut tous les produits qui par nature ne peuvent être des biens et services de consommation et ne peuvent ainsi entrer ni dans les dépenses touristiques, ni dans la consommation du tourisme, à l'exception des objets de valeur pouvant être acquis par les visiteurs durant leur voyage. Ces deux catégories sont définies ci-après :

B.1. Objets de valeur (voir IRTS 2008, par. 4.2);

B.2. Autres produits de non-consommation comprenant les produits associés à la formation brute de capital fixe du tourisme et à la consommation collective.

A.2. Activités caractéristiques du tourisme

3.8. *Les activités caractéristiques du tourisme* sont celles qui produisent généralement des produits caractéristiques du tourisme. Parce que l'origine industrielle d'un produit (l'activité de la CITI qui le produit) n'est pas un critère d'agrégation des produits dans une catégorie similaire de la CPC, il n'existe pas un strict parallélisme entre les produits et les activités qui les produisent en tant que leur production principale. Deux produits de caractéristiques similaires mais produits par deux activités distinctes de la CITI seraient classés dans la même catégorie de la CPC.

3.9. *Les activités caractéristiques du tourisme* renverront aux deux sous-catégories des produits caractéristiques du tourisme (A.1.i et A.1.ii).

3.10. La figure 3.1. (voir IRTS 2008, par. 5.18) présente la typologie des produits et activités de consommation caractéristiques du tourisme, répartis dans les 12 catégories correspondantes reprises dans les tableaux du compte satellite du tourisme. Les

Figure 3.1

Liste des catégories de produits de consommation et activités caractéristiques du tourisme (Industries du tourisme)

Produits	Activités
1. Services d'hébergement des visiteurs	1. Hébergement des visiteurs
2. Services de restauration	2. Activités de restauration
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	3. Transport ferroviaire de voyageurs
4. Services de transport routier de voyageurs	4. Transport routier de voyageurs
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	5. Transport de voyageurs par voie d'eau
6. Services de transport aérien de voyageurs	6. Transport aérien de voyageurs
7. Services de location de matériel de transport	7. Location de matériel de transport
8. Services des agences de voyage et autres services de réservation	8. Agences de voyage et autres activités de services de réservation
9. Services culturels	9. Activités culturelles
10. Services sportifs et autres services récréatifs	10. Sports et activités récréatives
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	11. Commerce de détail de biens caractéristiques du tourisme propre aux pays
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	12. Autres activités caractéristiques du tourisme propre aux pays

catégories 1 à 10 constituent l'essentiel pour la comparaison internationale en fonction des classes de la CITI pour les activités et de sous-classes de la CPC pour les produits (voir IRTS 2008, annexes 3 et 4). Les deux autres catégories sont spécifiques à chaque pays, la catégorie 11 couvrant les biens caractéristiques du tourisme pour les produits et les activités du commerce de détail correspondantes pour les activités, et la catégorie 12 couvrant les services caractéristiques du tourisme propre aux pays et les autres activités caractéristiques du tourisme propre aux pays.

A.3. Industries du tourisme

3.11. Une *industrie du tourisme* représente le groupement des établissements dont la principale activité constitue une même activité caractéristique du tourisme. Les statistiques relatives à l'offre classe les établissements selon leur activité principale, déterminée par l'activité qui engendre la valeur ajoutée la plus forte.

3.12. Un *établissement* est une entreprise, ou une partie d'entreprise, située en un lieu unique et dans laquelle une seule activité productive est exercée, ou dans laquelle la valeur ajoutée provient en majeure partie de l'activité productive principale (voir SCN 2008, par. 5.14).

3.13. Étant donné que les établissements peuvent exercer des activités secondaires, la production des produits caractéristiques du tourisme n'a pas entièrement lieu dans les industries du tourisme; par ailleurs, les industries du tourisme génèrent également des produits qui ne sont pas des produits caractéristiques du tourisme (voir IRTS 2008, par. 6.17 à 6.20).

B. Cas particuliers

B.1. Services d'hébergement rendus par des maisons de vacances pour compte propre et par d'autres maisons de vacances relevant d'autres types de propriété

B.1.1. Pleine propriété

3.14. La propriété d'une maison de vacances pour compte propre est particulière, du point de vue statistique, parce qu'elle génère à la fois un service caractéristique du tourisme et une consommation touristique équivalente. Dans le *Système de comptabilité nationale 2008*, un service de logement pour compte propre est associé à la propriété d'un logement occupé par son propriétaire, aussi bien comme activité de production que comme production et consommation d'un service spécifique. Cette situation couvre à la fois le logement principal et tous les autres logements occupés par un ménage pour son usage personnel. Elle couvre, en particulier, les maisons de vacances occupées par leurs propriétaires.

3.15. Les systèmes de comptabilité nationale comprennent l'imputation pour les logements occupés par leurs propriétaires comme activité de production et l'inscrivent dans la classe 6810 de la CITI, *Activités immobilières sur biens propres ou loués*, et le produit obtenu et consommé entre dans la sous-classe 72111 de la CPC, *Services de location de propriétés résidentielles*. Il n'existe aucune recommandation s'appliquant précisément aux maisons de vacances en pleine propriété.

3.16. Ces catégories générales sont déjà incluses dans les produits et activités caractéristiques du tourisme. Les pays sont encouragés à créer une sous-catégorie spécifique pour les logements secondaires occupés par leurs propriétaires, aussi bien comme produit que comme « industrie » lorsque les maisons de vacances occupées par leurs propriétaires jouent un rôle suffisamment important (catégorie 1.b des tableaux 1 à 4 du Compte satellite du tourisme).

3.17. Il faut observer que, dans la mesure où existe un processus de production associé à la propriété d'une maison de vacances, toutes les dépenses courantes quotidiennes similaires à celles qui sont alors dues au propriétaire du bien loué à court terme doivent être considérées comme dépenses de consommation intermédiaire de l'activité et, ainsi, comme n'entrant pas dans la consommation du tourisme (voir SCN 2008, par. 9.66 et 9.67).

B.1.2. Multipropriété et autres types de propriété novatrice de maison de vacances

3.18. On enregistre dernièrement une tendance au développement de types novateurs de propriété de maison de vacances ou d'approches similaires (l'acquisition pure et simple d'une immobilisation corporelle n'intervenant pas toujours) qui combinent le caractère privé d'une maison de vacances possédée avec les équipements, les services et la souplesse offerts par le logement collectif ainsi qu'une réduction des coûts pour le « propriétaire » pendant des périodes où il/elle n'utilise pas la propriété pour son compte propre. Dans le système initial de multipropriété, l'achat portait sur un droit d'utilisation d'un bien physique donné à un moment précis de sa durée de vie. Une souplesse a été progressivement introduite dans le système selon différents axes, libéralisant les conditions de propriété d'un actif corporel spécifique, ainsi que la durée de vie du projet, et le caractère fixe de la période d'utilisation, via la conception de différents types de systèmes administratifs et financiers.

3.19. Outre la multipropriété, sous ses différentes modalités telles que les intérêts estimés ou autres types d'accords contractuels, notamment ceux qui s'apparentent à un club dont les adhérents ont droit d'utiliser n'importe quel bien, ou tout autre système apparenté, respectant les règlements en vigueur, de nouvelles formules existent également telles que la copropriété hôtelière, les clubs de résidences privés et de propriétés fractionnées, les résidences hôtelières, etc. Ces formules établissent clairement la propriété d'un bien immobilier, soit partagée avec d'autres (par exemple les propriétés fractionnées) soit individuelle. Toutefois, le système combine propriété du bien et accès à de multiples services via le paiement de services de gestion spécifiques, et il offre même la possibilité d'intégrer l'actif dans un système de location au sein de la structure d'un hôtel lorsque celui-ci n'est pas utilisé par son propriétaire, système qui à la fois procure un revenu au propriétaire et modifie l'offre des chambres de l'hôtel concerné.

3.20. Le Compte satellite du tourisme se limite à la description de la production et des transactions relatives aux biens et aux services, de sorte que l'analyse dans toute la complexité du Système de comptabilité nationale et de la balance des paiements n'est pas nécessaire. On peut ainsi proposer le traitement uniforme suivant :

- Un flux de services est associé à chaque unité physique vendue via un système de multipropriété ou tout autre accord. Ces services devraient être classés comme logement de court terme (classe 5510 de la CITI : *Activités d'hébergement temporaire*; sous-classe 63113 de la CPC : *Hébergement en chambre ou unité d'habitation, dans un immeuble en multipropriété*);
- La valeur de ces services doit être estimée selon la valeur locative du marché pour une unité équivalente;
- Les dépenses courantes quotidiennes, notamment pour les services de gestion de la propriété et les autres paiements courants, comme les impôts immobiliers, doivent être affectées comme coûts pour l'activité productive associée à l'utilisation du bien. Il en résulte que les frais de gestion ne seront pas imputés au visiteur en tant que consommateur mais au propriétaire du bien ou du « droit d'utilisation » au titre de consommation intermédiaire.

B.2. Agences de voyage, voyagistes et autres prestataires de services de réservation

3.21. Le traitement des services de réservation fournis par les agences de voyage, les voyagistes et les autres prestataires doit être équivalent, indépendamment de la manière dont ils génèrent leurs revenus (marges bénéficiaires, droits ou commissions). Le montant total versé par les visiteurs pour les services dont ils sont les intermédiaires sera divisé en deux parties (voir IRTS 2008, par. 6.50) :

- Valeur du service de l'agence de voyage (ou de réservation) [marge brute obtenue (marge bénéficiaire, droit ou commission)];
- Valeur des services de tourisme intermédiés (recettes des producteurs déduction faite des commissions versées aux prestataires des services de réservation).

3.22. Dans le cas des circuits à forfait, trois niveaux de services doivent être dégroupés : les services mêmes (par exemple, le transport, l'hébergement); les services fournis par le voyagiste; et la marge de l'agence de voyage (généralement différente du voyagiste) qui vend le voyage.

3.23. Ce traitement nécessitera généralement de transformer l'information statistique de base obtenue auprès des visiteurs par les agences de voyage et les voyageurs et auprès des activités qui les mettent à profit en vue de commercialiser leurs produits de manière à générer un ensemble de données conformes à cette approche.

3.24. Ce traitement influe grandement sur la teneur précise de la consommation du tourisme interne, de la consommation du tourisme récepteur et de la consommation du tourisme émetteur parce que le pays de résidence du visiteur, de l'agence de voyage ou du prestataire des services de réservation, du voyageur et du prestataire du service touristique peut ne pas être le même. Ces conséquences sont décrites à l'annexe 3.

B.3. L'industrie des réunions

3.25. Les visiteurs voyagent de plus en plus pour assister à des réunions, conférences et conventions.

3.26. Des réunions, conférences et conventions sont organisées par des entreprises de tous les secteurs de l'économie. Les entreprises les organisent pour leurs propres employés. Les organisations associatives, professionnelles et politiques pour leurs membres; les institutions privées et publiques pour leurs propres employés ou autres; enfin, les institutions éducatives les organisent également. Ce type d'activités peut ainsi relever de toute sorte d'occupation dans n'importe quel secteur de l'économie.

3.27. Jusqu'à une date récente, aucune tentative n'avait spécialement cherché à isoler le phénomène ou à évaluer les recettes dégagées et les coûts occasionnés par la tenue des réunions, conférences et conventions. Une enquête sur les activités d'organisation de ces manifestations revêt un intérêt pour le tourisme car la participation aux conférences est considérée comme une activité touristique pour les participants situés en dehors de leur environnement habituel (voir IRTS 2008, par. 3.20). Néanmoins, ce lien fort avec le tourisme ne signifie pas que l'industrie des réunions mérite le titre d'industrie touristique : de fait, son produit caractéristique n'est pas pour l'essentiel consommé par les visiteurs mais par les organisateurs de conférences et conventions qui offrent des services aux participants aux conférences, conventions, etc.

3.28. Ces entreprises spécialisées offrent un service d'appui aux sociétés et aux pouvoirs publics, aux organisations professionnelles et associatives ainsi qu'à toute organisation qui tient des réunions, conférences et conventions. Elles fournissent également un service à ceux dont les installations et les services sont mis à profit lors de l'organisation des conférences et des conventions. Le développement des conférences et des conventions soulève également la nécessité de recourir à des services techniques et d'appui spécialisés.

3.29. Il est devenu nécessaire de reconnaître et de délimiter un espace pour cette industrie au sein des classifications internationales des produits et des activités, de déterminer la nature des services fournis ainsi que les modalités de mesure de ceux-ci. Cette activité est désormais reconnue comme constituant le groupe 823 de la CITI, *Organisation de congrès et de foires commerciales*, lequel groupe couvre la classe 8231 *Organisation des conventions*. Le service fourni correspond au code CPC 85961, *Services d'assistance et d'organisation des conventions*.

3.30. Les pays ou lieux enregistrant des flux importants de visiteurs induits par la tenue de conférences, réunions, conventions, etc., sont encouragés à analyser séparément cette catégorie de visiteurs ainsi que leur consommation.

C. Variables caractérisant les industries du tourisme

C.1. Valeur ajoutée brute

3.31. Comme pour toutes les activités économiques qui entrent dans le cadre conceptuel du *Système de comptabilité nationale 2008*, la meilleure façon de décrire le fonctionnement des industries du tourisme dans le domaine de la production est d'utiliser des tableaux indiquant la composition de la production par produit, la composition des intrants par produit et la rémunération des facteurs de production intervenant dans le processus.

3.32. La contribution d'une activité productive à l'offre globale de biens et de services dans une économie se mesure généralement par sa valeur ajoutée (différence entre la valeur de la production et la valeur des intrants), mesure qui élimine toute possibilité de duplication durant la comparaison et la consolidation des données relatives aux différentes activités productives. Le *Système de comptabilité nationale 2008* offre les définitions suivantes :

- La valeur ajoutée brute est la valeur de la production moins la valeur de la consommation intermédiaire;
- La valeur ajoutée nette est la valeur ajoutée brute moins la consommation de capital fixe (qui représente la baisse correspondante de la valeur des actifs produits utilisés dans le processus de production).

3.33. Dans la mesure où la valeur ajoutée est destinée à mesurer le supplément de valeur créée par un processus de production dans une économie, elle devrait être mesurée nette puisque la consommation de capital fixe fait partie des coûts de production. Toutefois, dans la pratique, la mesure de la consommation de capital fixe peut présenter des difficultés, et il n'est pas toujours possible de faire une estimation satisfaisante de sa valeur et, partant, de la valeur ajoutée nette (SCN 2008, par. 6.8 et 6.9). Le Compte satellite du tourisme adopte la mesure de la valeur ajoutée brute.

3.34. La valeur ajoutée brute est une mesure associée à un processus de production considéré dans son ensemble, c'est-à-dire à une combinaison d'intrants, de biens d'équipement, de main-d'œuvre et de technologies en vue d'obtenir un ou plusieurs produits. Elle ne représente aucune combinaison de biens ou de services produits mais constitue une mesure du revenu engendré dans le processus qui rémunère les facteurs de production.

3.35. La valeur ajoutée brute des industries du tourisme (VABIT) sera définie comme la somme de la valeur ajoutée brute de toutes les industries du tourisme. Le Compte satellite du tourisme utilisera également un autre indicateur du lien entre la demande des visiteurs en biens et services (consommation du tourisme) et l'offre des producteurs intérieurs, qu'il s'agisse des industries du tourisme ou des industries non touristiques, que l'on appellera valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT). La définition de cet indicateur et le processus pour entreprendre cette évaluation seront examinés plus en détail au chapitre 4.

C.2. Emploi

3.36. L'emploi est un paramètre important pour l'analyse économique des activités productives, et il l'est aussi dans le cas du tourisme. Les activités du tourisme telles que l'hébergement, les activités de restauration, les activités récréatives, etc., sont à relativement forte intensité de main-d'œuvre; elles emploient souvent des personnes ayant de faibles niveaux de qualifications; et elles peuvent se situer dans des emplace-

ments caractérisés par la faiblesse, voire l'absence, de développement industriel et de concentration d'activités productives.

3.37. Outre la haute intensité de main-d'œuvre et l'emploi d'une main-d'œuvre peu qualifiée qui les caractérisent souvent, les industries du tourisme présentent d'autres particularités à prendre en considération lorsque l'on examine la question de l'emploi. Dans de nombreux cas, le flux des visiteurs, particulièrement dans le cas du tourisme récepteur, ne se répartit pas de manière homogène sur l'année. L'emploi dans ces industries connaîtra ainsi des fluctuations saisonnières qui seront souvent plus marquées que dans les autres industries.

3.38. Ces caractéristiques soulignent combien il importe de mesurer l'emploi via un ensemble d'indicateurs complémentaires, notamment le nombre de postes de travail, d'heures travaillées au total et de postes équivalents plein-temps (voir SCN 2008, par. 19.16 à 19.30 et 19.42 à 19.54), sur une période de référence prédéfinie (souvent une semaine) dans le cadre de la période d'analyse (un mois, un trimestre, etc.). La complémentarité et la cohérence entre les mesures de rémunération des salariés et les autres mesures de l'emploi sont également des éléments majeurs à considérer.

3.39. Le chapitre 7 des *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* décrit les concepts, définitions et catégories de base de l'emploi dans les industries du tourisme selon une perspective statistique générale et non à partir d'un point de vue précis de la comptabilité nationale, et analyse un éventail plus large d'indicateurs sur les industries du tourisme qui pourraient à terme être intégrés dans le Compte satellite du tourisme dans un cadre élargi d'intégration des données de l'emploi tel que décrit à l'annexe 8.

C.3. Formation brute de capital fixe des industries du tourisme

3.40. La formation brute de capital fixe est un élément important de la description et de l'analyse des industries du tourisme. Il est utile d'ajouter que, du point de vue des industries, les opérations portant sur des actifs non financiers non produits (comme les terrains) et sur des actifs incorporels non produits (tels que les droits d'atterrissage ou les droits des marques) peuvent également jouer un rôle important dans l'analyse générale du tourisme en plus de la formation brute de capital fixe. Le présent volume *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* propose de compiler plusieurs informations supplémentaires sur ces variables additionnelles majeures.

3.41. La formation brute de capital fixe des industries du tourisme constitue une des différentes approches déjà mentionnées de la formation brute de capital fixe du tourisme (par. 2.47 à 2.49) : elle comprend la formation brute de capital fixe des industries du tourisme dans les actifs spécifiques du tourisme et la formation brute de capital fixe dans les autres actifs, non considérés comme propres au tourisme.

Chapitre 4

Tableaux, comptes et agrégats

4.1. Les 10 tableaux qui composent le Compte satellite du tourisme sont dérivés des tableaux des ressources et des emplois du *Système de comptabilité nationale 2008* et s'y rattachent. Ils sont au cœur du processus de rapprochement des informations économiques les plus pertinentes pour le tourisme et des comparaisons internationales de la contribution économique du tourisme au développement et à la croissance.

4.2. Ces tableaux sont des tableaux agrégés conçus pour promouvoir l'homogénéité parmi les pays. Ils ventilent les visiteurs en deux catégories et présentent les produits et industries dans des catégories agrégées. Chaque pays doit compiler ces tableaux par agrégation à partir de niveaux plus détaillés, où, par exemple, les visiteurs pourraient être classés selon le pays de résidence, le but du voyage, le mode de transport, le type d'hébergement, etc., de manière à permettre l'analyse et la comparaison de leurs modes et niveaux de consommation. Les produits et industries du tourisme doivent également être davantage ventilés selon leur utilité pour l'économie de référence.

4.3. Les tableaux, comptes et principaux agrégats proposés devraient être élaborés en deux temps au moins selon l'élaboration des données sources dans le pays.

4.4. Dans un premier temps, le but est de préparer les tableaux 1 à 7 ainsi que le tableau 10. Au minimum, un Compte satellite du tourisme digne de ce nom doit comporter une présentation détaillée de l'offre et de la consommation en termes de biens et services acquis par les visiteurs (tableaux 1 et 4), ainsi que des industries qui les produisent (tableau 5), de même que leurs composantes, dans la mesure où cela constitue le cadre central du Compte satellite du tourisme (tableau 6).

4.5. En raison de l'importance stratégique fréquente du tourisme dans le développement d'une politique de l'emploi, le tableau 7 (Emploi dans les industries du tourisme) fait également partie du noyau central du système, ainsi que le tableau 10 (Indicateurs non monétaires), étant donné que les variables économiques du tourisme sont mieux comprises et analysées en tenant compte des flux des visiteurs et d'autres caractéristiques descriptives de l'offre et de la demande du tourisme.

4.6. En revanche, la préparation du tableau 8 (Formation brute de capital fixe des industries du tourisme et autres industries) et du tableau 9 (Consommation touristique collective par produit et niveau d'administration), non seulement requiert le rapprochement de données auprès de types de sources qui ne font généralement pas partie des programmes statistiques actuels des administrations du tourisme national, mais également la résolution de certaines difficultés conceptuelles spécifiques. La préparation des tableaux 8 et 9 pourrait ainsi être envisagée à un stade ultérieur durant la préparation d'un Compte satellite du tourisme.

4.7. Les 10 tableaux illustrent l'action à entreprendre et doivent être considérés comme un guide de présentation des données du Compte satellite du tourisme. Chaque pays doit décider du modèle le plus approprié pour tenir compte de sa réalité touristique et de l'étendue des données disponibles.

4.8. Pour tous les tableaux, qu'ils aient été élaborés au premier stade ou à des stades ultérieurs du processus, la présentation des résultats devra toujours s'accompagner d'un rappel clair du champ précis des variables et de la méthodologie utilisées pour leur estimation (métadonnées).

4.9. Les principes d'évaluation recommandés sont les mêmes que ceux énoncés dans le SCN 1993 : la production doit être évaluée aux prix de base, la consommation et les utilisations aux prix d'acquisition. Pour ce qui a trait au moment de l'enregistrement, les principes du CST sont similaires à ceux de la comptabilité nationale et de la balance des paiements, à savoir : les transactions sont enregistrées selon la méthode de la comptabilité en droits constatés et non selon la méthode de la comptabilité de caisse ou de la date d'exigibilité. Ce point est particulièrement important lorsque l'on examine les dépenses des visiteurs, dans la mesure où ils auront souvent tendance à enregistrer leurs dépenses selon la méthode de la comptabilité de caisse.

4.10. Dans les faits, les méthodes d'évaluation et le moment de l'enregistrement des transactions doivent s'accorder avec les pratiques suivies dans la comptabilité nationale générale du pays qui prépare le Compte satellite du tourisme. C'est pourquoi, selon les pratiques en vigueur dans chaque pays, ces méthodes utilisées ne seront peut-être pas calquées sur les recommandations du *Système de comptabilité nationale 2008* ni sur le présent volume, le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*. Par conséquent, aux fins de comparaisons internationales, les méthodes d'évaluation et le moment de l'enregistrement des transactions doivent être signalés par ceux chargés de l'élaboration du CST lorsque les données ou la méthodologie utilisées sont rendues publiques. Toute exception par rapport aux concepts et méthodes classiques doit être clairement signalée.

A. Tableaux et comptes

A.1. Remarques générales

4.11. Les différences entre les tableaux du Compte satellite du tourisme et les tableaux des ressources et des emplois tiennent essentiellement à la présentation et à la disponibilité des informations requises et non à des différences de concept.

4.12. La mise au point d'un Compte satellite du tourisme d'un pays requiert non seulement la transformation et la redistribution des données existant déjà dans les tableaux des ressources et des emplois du pays (ou utilisées pour leur préparation) mais également l'adoption d'un ensemble élémentaire de procédures de collecte directe de données relatives au tourisme.

4.13. Ces transformations et cette redistribution consistent à :

- a) Extraire les données détaillées relatives aux produits liés au tourisme et aux activités touristiques à partir des enquêtes, archives administratives et autres bases de données utilisées pour l'élaboration des tableaux des ressources et emplois lorsque l'information disponible dans les tableaux ne suffit pas;
- b) Estimer la valeur des services de réservation (fournis par les agences de voyage, les voyagistes et autres) à partir de la marge brute qu'ils génèrent. Il faut procéder à l'ajustement correspondant de la valeur des services touristiques intermédiés, qui doit être estimée déduction faite des services de réservation (par. 3.21). Cette exigence découle de la nécessité d'une cohérence de traitement des services touristiques acquis directement par les visiteurs et de ceux de même type acquis via les prestataires des services de réservation. L'annexe 3 détaille les incidences de ce traitement pour les tableaux du

Compte satellite du tourisme et le contenu des différentes catégories de la consommation du tourisme;

- c) Procéder à une double classification des dépenses touristiques correspondant à la consommation intermédiaire des producteurs. Ces dépenses entrent premièrement dans la consommation touristique lorsque l'on compare l'offre et l'utilisation des produits, deuxièmement dans les coûts de production des activités au moment de calculer la valeur ajoutée brute directe du tourisme et le produit intérieur brut direct du tourisme (par. 4.88 à 4.94). Il s'agit là d'une différence de présentation par rapport à l'approche du *Système de comptabilité nationale 2008*, étant donné que celui-ci nécessite une classification unique des transactions dans l'ensemble du système (par. 2.32 et 2.33).

A.2. Classifications utilisées

4.14. Les produits et industries signalés dans les tableaux 1 à 7 doivent faire l'objet d'une classification uniforme selon les recommandations rappelées aux paragraphes 3.6 à 3.10. Les classifications des produits du tourisme (par. 3.7) et des industries du tourisme (par. 3.10) doivent être adaptées aux tableaux du Compte satellite du tourisme.

4.15. Les tableaux 1 à 3 (Dépenses du tourisme, selon les formes de tourisme par produit et catégorie de visiteurs) et 4 (Consommation du tourisme intérieur par produit) se limiteront aux biens et services de consommation ainsi qu'aux objets de valeur. La classification utilisée sera la suivante :

Figure 4.1

Classification de produits dans les tableaux 1 à 4

A.	Produits de consommation
A.1	Produits caractéristiques du tourisme
1.	Services d'hébergement des visiteurs
1.a.	Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b
1.b.	Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances
2.	Services de restauration
3.	Services de transport ferroviaire de voyageurs
4.	Services de transport routier de voyageurs
5.	Services de transport par voie d'eau de voyageurs
6.	Services de transport aérien de voyageurs
7.	Services de location de matériel de transport
8.	Agences de voyage et autres services de réservation
9.	Services culturels
10.	Services sportifs et autres services récréatifs
11.	Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays
12.	Services caractéristiques du tourisme propre aux pays
A.2.	Produits connexes du tourisme
A.3.	Produits de consommation non liés au tourisme
B.1	Objets de valeur

Il est proposé :

- Pour la catégorie 1, « Services d'hébergement des visiteurs », que les services liés à tous les types de propriété de maison de vacances (1.b) soient présentés séparément des autres services d'hébergement (1.a);
- Pour les catégories A.2. et A.3., que les biens et services soient présentés séparément (en raison de leurs traitements différents du calcul de la valeur ajoutée brute directe du tourisme et du produit intérieur brut direct du tourisme (étant donné que les marges s'appliquent seulement aux biens et objets de valeur, comme l'analyse plus en détail l'annexe 4). Ces deux catégories sont présentées conjointement dans les tableaux du Compte satellite du tourisme sous A.2. « Autres produits de consommation », mais il est recommandé que ces deux catégories soient identifiées séparément si cela est praticable et utile.
- Dans le cas précis du tableau 4, que, sous la colonne intitulée « Autres composantes de la consommation touristique », soient présentées séparément les autres composantes ci-après de la consommation du tourisme :
 - Services associés à l'hébergement de vacances pour compte propre;
 - Transferts sociaux touristiques en nature;
 - Autres dépenses de consommation imputées.

4.16. Le tableau 5 (Comptes de production des industries du tourisme et des autres industries) et le tableau 6 (Offre intérieure totale et consommation du tourisme intérieur) reprennent la classification complète des produits de consommation et de non-consommation qui circulent dans l'économie de référence, ainsi que les 12 catégories des industries du tourisme.

Figure 4.2

Classification des produits et industries du tourisme dans les tableaux 5 et 6

Produits	Industries du tourisme
A. Produits de consommation	
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	
1. Services d'hébergement des visiteurs	1. Hébergement des visiteurs
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	1.a. Hébergement des visiteurs autres que 1.b
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances	1.b. Hébergement associé à tous les types de propriété de maison de vacances
2. Services de restauration	2. Industrie de la restauration
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	3. Transport ferroviaire de voyageurs
4. Services de transport routier de voyageurs	4. Transport routier de voyageurs
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	5. Transport par voie d'eau de voyageurs
6. Services de transport aérien de voyageurs	6. Transport aérien de voyageurs
7. Services de location de matériel de transport	7. Location de matériel de transport

Produits	Industries du tourisme
8. Agences de voyage et autres services de réservation	8. Activités des agences de voyage et des autres services de réservation
9. Services culturels	9. Industrie culturelle
10. Services sportifs et services récréatifs	10. Sports et industries récréatives
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	11. Commerce de détail de biens caractéristiques du tourisme propre aux pays
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	12. Autres industries caractéristiques du tourisme propre aux pays
A.2. Produits connexes du tourisme	
A.3. Produits de consommation non liés au tourisme	
B. Produits de non-consommation	
B.1. Objets de valeur	
B.2. Autres produits de non-consommation	

Les observations ci-après valent pour la figure 4.2 :

- La catégorie B.2 « Autres produits de non-consommation » inclut, outre les produits associés à la formation brute de capital fixe du tourisme et à la consommation touristique collective, tous les autres biens et services de non-consommation qui sont présents et qui circulent dans l'économie de référence;
- Dans la catégorie 1 des industries du tourisme, « Hébergement des visiteurs », il est proposé, dans la mesure du possible (comme dans le cas des produits), d'inventorier séparément les industries liées à tous les types de propriété de maison de vacances (1.b) tandis que les autres industries de cette catégorie apparaîtront dans la catégorie générale (1.a) « Hébergement des visiteurs autres que 1.b ».
- Dans les catégories A.2 « Produits connexes du tourisme » et A.3 « Produits de consommation non liés au tourisme », les biens et services peuvent être présentés séparément (en raison de leur différence de traitement de l'établissement de la valeur ajoutée brute directe du tourisme et du produit intérieur brut direct du tourisme car les marges s'appliquent seulement aux biens et objets de valeur) (annexe 4). Ces deux catégories sont présentées conjointement dans les tableaux du Compte satellite du tourisme sous A.2 « Autres produits de consommation », mais il est recommandé que ces deux catégories soient identifiées séparément si cela est praticable et utile.

4.17. En tant qu'observation complémentaire, il est également suggéré, dans la mesure du possible, que la « Consommation intermédiaire totale », dans les tableaux 5 et 6, soit ventilée selon les catégories de produits de la CPC, version 2 ci-après :

0. Agriculture, sylviculture et pêche
1. Minerais et minéraux; électricité, gaz et eau
2. Produits alimentaires, boissons et tabacs; matières textiles, articles d'habillement et ouvrages en cuir
3. Autres biens transportables, à l'exclusion des ouvrages en métaux, des machines et du matériel
4. Ouvrages en métaux, machines et matériel

5. Ouvrages de construction; services de construction
6. Services commerciaux; services d'hébergement; services de restauration; services de transports; et services de distribution d'électricité, de gaz et d'eau
7. Services financiers et d'assurance et services connexes; services immobiliers; services de location
8. Services aux entreprises et production sous contrat
9. Services collectifs, sociaux et personnels

4.18. Le tableau 7 utilise la même classification des industries du tourisme que les tableaux 5 et 6.

4.19. Enfin, les classifications proposées pour les tableaux 8 et 9 sont décrites à l'annexe 5.

A.3. Enregistrement séparé des services de réservation

4.20. Sur les trois transformations de l'information de base qui ont été mentionnées (par. 4.13), les alinéas *a* et *c* ont seulement une incidence formelle sur les tableaux de la comptabilité nationale classiques. Cela signifie que les ventilations des totaux par produit et industrie sont modifiées mais non les valeurs totales elles mêmes. Toutefois, l'enregistrement séparé des services de réservation a des incidences sur les valeurs et les classifications des flux au sein des différentes catégories de la consommation du tourisme. Ces incidences sont détaillées à l'annexe 3.

A.4. Le traitement des biens¹⁵

4.21. Les services constituent certes une part importante de la consommation des visiteurs, mais les visiteurs effectuent également des achats de biens pour et durant leur voyage. Dans certains cas, l'acquisition de biens peut constituer le motif même du voyage, comme lors d'une tournée de dépôts d'usine ou d'une visite ciblée à une zone hors douane. Tous les biens acquis par les visiteurs pour leurs usages propres ou pour offrir durant leur voyage entrent dans la consommation du tourisme. Les biens acquis pour être revendus sont exclus (par. 2.28). Certains biens achetés avant un voyage peuvent également entrer dans la consommation du tourisme (voir IRTS 2008, par. 4.11).

4.22. Comme signalé ci-dessus, la valeur de la consommation du tourisme est estimée à partir du prix total d'acquisition des biens, à savoir le prix total payé par les visiteurs ou autres à leur profit, en définitive net de toute taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ou taxe de vente remboursée aux visiteurs non résidents lorsqu'ils quittent le pays.

4.23. Le plus souvent, les producteurs des biens ne sont ni ceux qui vendent leur production au consommateur final, ni ceux qui les servent en bout de ligne : il existe toute une chaîne de transporteurs et de grossistes entre les producteurs et les détaillants mettant à terme le produit à la disposition du visiteur. La marchandise vendue peut avoir été produite à proximité du lieu d'achat, dans une autre région du pays ou même dans une autre économie.

4.24. Bien que la chaîne au complet intervienne dans l'offre de produits proposés au visiteur, seul le détaillant intervient directement au service de l'acheteur final (ce qui ne signifie pas qu'il est nécessairement en contact physique avec celui-ci).

4.25. Même si l'acquisition de biens entre dans le cadre de la consommation du tourisme pour leur valeur totale aux prix d'acquisition, et si certains biens peuvent même être considérés comme caractéristiques du tourisme, seule l'activité des dé-

¹⁵ La plupart des observations faites dans le présent chapitre, ainsi que dans l'annexe 4, se réfèrent aux biens et aux objets de valeur. Par souci de simplification, le terme « biens » désigne tant les biens que les objets de valeur.

taillants associée aux biens acquis par les visiteurs sera considérée comme desservant les visiteurs.

4.26. Les incidences de ce traitement dans la représentation de l'acquisition des biens par les visiteurs dans le tableau 6 seront précisées à l'annexe 4.

A.5. Les tableaux

4.27. Les tableaux du Compte satellite du tourisme mis à jour sont présentés à la fin du présent chapitre. Leur présentation est similaire à celle du *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000*, mais leur contenu a été précisé et leur présentation améliorée. Tous les tableaux se réfèrent à l'économie de référence.

A.5.1. Vue d'ensemble

4.28. Aux tableaux 1 à 6, les services de réservation doivent être enregistrés séparément des services pour lesquels ils servent d'intermédiaires (annexe 3).

4.29. Les tableaux 1 à 3 examinent les catégories des dépenses de tourisme qui devraient être observables auprès des visiteurs, via des enquêtes ou d'autres méthodes. Les dépenses de tourisme constituent une variable fondamentale des statistiques du tourisme calculée à partir des procédures décrites dans les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*. Le tableau 4 permet d'estimer la valeur de la consommation totale du tourisme intérieur en additionnant les dépenses du tourisme interne et récepteur (des tableaux 1 et 2) ainsi que toutes les composantes supplémentaires à prendre en considération pour obtenir la consommation du tourisme intérieur (par. 4.15) dans la mesure où ces ajustements ne sont pas aisément attribuables aux différentes formes de tourisme. L'agrégat clé calculé à partir du tableau 4 est la consommation du tourisme intérieur, qui sera comparée avec l'offre intérieure (globalement et par produit) au tableau 6.

4.30. Le tableau 5 est le tableau de l'offre qui, bien qu'examinant des produits caractéristiques du tourisme et des industries du tourisme, comprend (dans les lignes) tous les produits qui circulent dans l'économie de référence ainsi que toutes les industries (dans les colonnes). Son champ est similaire à celui des comptes de production dans la comptabilité nationale, même si les classifications et plusieurs traitements sont différents. La colonne « Autres industries » montre la valeur globale de l'offre correspondant à toutes les industries autres que les industries du tourisme dans l'économie. Ce mode de présentation nécessite au minimum d'utiliser les catégories de produits et d'industries recommandées au chapitre 3. Les pays sont encouragés à utiliser une ventilation plus détaillée, s'il y a lieu, pour améliorer la pertinence de ces données.

4.31. Le tableau 6 présente une confrontation d'ensemble entre la consommation du tourisme intérieur et l'offre intérieure. Ce tableau est au centre du Compte satellite du tourisme : sans son élaboration, ne serait-ce qu'avec des données partielles, l'expression Compte satellite du tourisme appliquée à la préparation de plusieurs de ces tableaux serait trompeuse. La valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT) et le produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT) (par. 4.88 à 4.94), utilisés comme indicateurs de la contribution directe du tourisme à la valeur ajoutée totale ou au PIB total, peuvent être calculés à partir de ce tableau.

4.32. Le tableau 7 présente l'emploi dans les industries du tourisme; il lui est consacré un tableau en raison de l'importance stratégique fréquente du tourisme dans le développement de la politique de l'emploi.

4.33. Comme signalé ci-dessus (par. 4.6), la préparation des tableaux 8 et 9, concernant la formation brute de capital fixe du tourisme et la consommation touristique collective, se voit attribuer un rang de priorité moindre.

4.34. Le tableau 10 présente un nombre limité d'indicateurs non monétaires qui sont nécessaires pour aider à apprécier et interpréter des informations présentées dans les tableaux 1 à 7. Les pays sont encouragés à formuler plus d'indicateurs de ce type, selon leurs besoins, à partir de l'information sur les caractéristiques des visiteurs et des industries du tourisme ainsi que le recommandent les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*.

4.35. La plupart des tableaux présentés ici peuvent être établis à la fois à prix courants et à prix constants, en monnaie nationale et, dans le cas du tourisme international, en devises étrangères. Les évaluations à prix constants s'appliquent de façon valable seulement aux entrées correspondant aux produits, tant marchands que non marchands. Les calculs à prix constants doivent être effectués selon les principes du *Système de comptabilité nationale 2008*.

A.5.2. Description

Tableaux 1, 2, et 3

Dépenses touristiques, selon les formes de tourisme
par produit et catégorie de visiteurs

4.36. Les tableaux 1 à 3 décrivent l'élément le plus important de la consommation du tourisme : à savoir les dépenses touristiques, qui incluent non seulement ce que les visiteurs paient sur leur propre budget ou de leur poche, mais également ce que les producteurs [entreprises, administrations publiques et institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM)] ou autres dépensent à leur profit (transport, hébergement, etc.), dont les visiteurs peuvent généralement très bien rendre compte. Les dépenses touristiques excluent les transferts sociaux en nature, excepté lorsqu'elles correspondent à des remboursements de dépenses effectuées initialement par le visiteur (comme dans le cas de certains services sanitaires) ainsi que les dépenses, effectives ou imputées, associées à tous les types de propriété de maison de vacances.

4.37. Les tableaux 1, 2 et 3 sont axés respectivement sur le tourisme récepteur, le tourisme interne et le tourisme émetteur par produit et catégorie de visiteurs.

4.38. Les tableaux 1 à 3 ont en commun les classifications, la ventilation et les principes d'évaluation : en particulier, ils appliquent le principe consistant à enregistrer les réservations séparément des services dont elles sont les intermédiaires (ainsi qu'il est expliqué au par. 4.13, *b*, et à l'annexe 3). Les dépenses touristiques sont ventilées entre visiteurs qui passent la nuit et visiteurs de la journée, car leur structure de consommation généralement diffère sensiblement. Si c'est possible et utile, il est également recommandé de créer une catégorie supplémentaire pour les voyageurs en transit.

4.39. Dans le cas du tableau 2 (Dépenses du tourisme interne), une ventilation supplémentaire, par type de voyages, est nécessaire. Les dépenses du tourisme interne (voir IRTS 2008 par. 4.15, *a*) comprennent non seulement les dépenses des visiteurs occasionnées par les voyages intérieurs, mais également les dépenses au sein de l'économie de référence effectuées par les visiteurs qui entreprennent des voyages relevant du tourisme émetteur.

4.40. Dans le tableau 3 (Dépenses du tourisme émetteur), une situation similaire, bien que marginale, a lieu, laquelle correspond aux biens et services relevant des dépenses touristiques des résidents acquis auprès de prestataires non résidents. Ces dé-

penses sont effectuées presque exclusivement par les visiteurs résidents à l'extérieur du territoire économique ou lors de voyages au départ de ce territoire économique (via un transporteur non résident par exemple). Toutefois, l'acquisition de biens et de services (achats sur Internet, services de transport fournis par les non-résidents, etc.) auprès de prestataires non résidents par des résidents en voyage à l'intérieur du territoire économique de référence est également possible. Parce que ces cas sont marginaux, la recommandation n'exige pas un traitement séparé de ces dépenses. Néanmoins, pour les pays où ces dépenses sont importantes, on peut créer des colonnes supplémentaires sous la rubrique « Acquisition auprès de non-résidents par les visiteurs lors de voyages relevant du tourisme interne » qui comprendraient seulement les dépenses effectuées lors de voyages relevant du tourisme émetteur.

Tableau 4

Consommation du tourisme intérieur, dépenses du tourisme intérieur et autres composantes de consommation du tourisme par produit

4.41. Le tableau 4 combine les dépenses du tourisme intérieur, composées des dépenses du tourisme récepteur du tableau 1 (colonne 1.3) et des dépenses du tourisme interne du tableau 2 (colonne 2.9), ainsi que les autres composantes de la consommation du tourisme. Comme mentionné précédemment (par. 2.25), ces autres composantes constituent trois grandes catégories :

- a) *Services associés à l'hébergement de vacances pour compte propre.* Ce poste inclut tous les services d'hébergement imputés liés à des unités d'habitation pour compte propre et à tous les autres types de propriété de maison de vacances, ainsi que les dépenses occasionnées par leur acquisition qui ne sont pas capitalisées au titre de l'investissement, par exemple les frais d'échanges de multipropriété;
- b) *Transferts sociaux en nature du tourisme (hors remboursements).* Ce poste inclut la valeur de chacun des services non marchands fournis par les administrations publiques et les institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM) bénéficiant aux visiteurs et dépassant les montants payés par les visiteurs eux-mêmes : coûts des musées, arts dramatiques, services éducatifs de courte durée, services sanitaires fournis à court terme dans des établissements spéciaux, etc.;
- c) *Autres dépenses de consommation imputées.* Ce poste inclut tous les autres postes imputés non précédemment inclus, tels que les services bénéficiant aux visiteurs pour lesquels ils ne paient pas (coûts des résidences ou camps de vacances fournis par les producteurs au bénéfice de leurs employés, services d'intermédiation financière indirectement mesurés (SIFIM) sur des achats liés aux voyages de tourisme, etc.).

Si c'est possible et utile, il est recommandé que chacune de ces composantes soit présentée en tant que colonne séparée (par. 4.15).

4.42. Comme mentionné précédemment (par. 4.29), la consommation du tourisme intérieur est l'agrégat clé calculé à partir du tableau 4. Les processus de production permettant la consommation du tourisme intérieur (hors importations) constitueront le cadre de l'établissement des VABDT et PIBDT.

4.43. Les flux sont évalués de la même manière que dans les tableaux précédents selon les règles des systèmes de comptabilité nationale et de la balance des paiements (par. 4.9 et 4.10).

Tableau 5
Comptes de production des industries du tourisme
et des autres industries (aux prix de base)

4.44. Le tableau 5 présente les comptes de production des industries du tourisme et des autres industries dans l'économie de référence. Le tableau est formellement conforme à la présentation adoptée dans le *Système de comptabilité nationale 2008* : la production est ventilée par produit, elle est évaluée aux prix de base (voir SCN 2008, par. 6.51, a) et elle correspond à un bloc de lignes de la partie supérieure du tableau. Puis, la consommation intermédiaire (également appelée « intrants intermédiaires ») est présentée (par. 4.17) et évaluée aux prix d'acquisition (voir SCN 2008, par. 6.64). La différence entre ces deux valeurs est appelée valeur ajoutée brute (VAB) aux prix de base. Elle a trait à chaque industrie prise dans son ensemble et fait l'objet d'une autre ventilation de ses composantes dans un deuxième bloc de lignes entre rémunération des travailleurs, excédent brut d'exploitation des entreprises, revenu mixte des entreprises non constituées en société et impôts nets sur la production.

4.45. Le point de vue diffère néanmoins des comptes de production du *Système de comptabilité nationale* dans la mesure où celui-ci privilégie l'offre d'un outil aux fins d'analyse du tourisme. Cela signifie que les industries et produits du tourisme sont signalés et repris dans un cadre général adapté à l'analyse du tourisme. Les colonnes présentent les comptes de production des industries du tourisme qui y sont regroupés selon la classification proposée (par. 4.16). La production est évaluée aux prix de base et son évaluation suit le principe d'enregistrement séparé des services de réservation (annexe 3).

4.46. En vertu de l'application de ce principe, la production et la consommation intermédiaire de chaque industrie et le total correspondant pour l'économie qui ressort dans la dernière colonne [colonne (5.15)] n'équivalent pas nécessairement aux valeurs correspondantes apparaissant dans la comptabilité nationale du pays. Néanmoins, pour chaque industrie et pour l'économie totale, la valeur ajoutée brute aux prix de base, c'est-à-dire la différence entre la production aux prix de base et la consommation intermédiaire aux prix d'acquisition, doit être égale à la valeur ajoutée brute de l'économie telle qu'elle ressort dans la comptabilité nationale : les ajustements calculés à partir de l'application de ce principe n'ont pas d'effet sur la valeur ajoutée de l'une quelconque de ces industries dans la mesure où, pour chaque industrie, les changements induits dans les montants de production et de consommation intermédiaire sont totalement symétriques.

Tableau 6
Offre intérieure totale et consommation du tourisme intérieur par produit
(aux prix d'acquisition)

4.47. Le tableau 6 constitue le cœur du système du CST : c'est là où se font la confrontation et le rapprochement entre l'offre intérieure et la consommation du tourisme intérieur. Il résulte des tableaux des ressources et des emplois du *Système de comptabilité nationale 1993*. L'offre totale de biens et services dans l'économie de référence par produit, qui inclut la production intérieure (production des agents économiques résidents) et les importations, est comparée à la consommation du tourisme (notamment les ajustements d'évaluation), et des conclusions peuvent être tirées concernant la valeur ajoutée brute attribuable au tourisme pour chacune des industries qui dessert les visiteurs. Le tableau offre des informations de base qui sont nécessaires pour le calcul de la VABDT et du PIBDT ainsi que de leurs composantes.

4.48. Les lignes du tableau 6 sont identiques à celles du tableau 5. Les colonnes se répartissent en trois blocs :

- Le premier bloc correspond aux mêmes colonnes que celles du tableau 5 et représente les industries (colonnes 1 à 15);
- Le deuxième bloc (importations, impôts nets de subventions et marges de commerce et de transport) présente des variables supplémentaires et des ajustements de montants qui sont nécessaires pour obtenir l'offre intérieure aux prix d'acquisition (colonne 6.4);
- Le troisième bloc se compose de seulement deux colonnes : consommation du tourisme intérieur (colonne 4.3) et ratios du tourisme (colonne 6.5).

4.49. L'offre par les producteurs intérieurs est d'abord ajoutée aux secteurs afin d'obtenir la valeur globale correspondant à la production intérieure totale aux prix de base. Ensuite, le montant de cette colonne [correspondant également au total de la colonne (5.15) du tableau 5] est additionné au montant de la colonne suivante (6.1) « Importations », qui représente l'offre au sein de l'économie intérieure des biens et services importés (outre les biens importés, le tourisme couvre les services de transport au sein de l'économie intérieure fournis par les producteurs non résidents, les services d'assurance ou tout autre service fourni par les non-résidents et acheté sur Internet), puis au montant de la colonne (6.2) « Impôts nets de subventions sur les produits fabriqués au niveau national et importés », et additionné au montant de la dernière colonne (6.3) « Marges de commerce et de transport », pour obtenir enfin le montant de la colonne (6.4) « Offre intérieure aux prix d'acquisition ». Cette présentation est similaire dans son essence à celle suivie dans le *Système de comptabilité nationale 2008* pour déterminer les tableaux des ressources et des emplois. Ces colonnes constituent le deuxième bloc du tableau.

4.50. La dernière colonne « Ratios du tourisme (%) » permet d'évaluer les deux principaux agrégats : VABDT et PIBDT. Les paragraphes ci-après expliquent comment ces ratios sont calculés ainsi que leur application pour mesurer la contribution économique directe du tourisme dans l'économie de référence (par. 4.88).

4.51. La part de la consommation du tourisme intérieur pour chaque composante de l'offre sera établie séparément pour chacune d'entre elle. C'est là l'objectif de la colonne supplémentaire, « Part du tourisme » associée à chacune des colonnes des deux premiers blocs du tableau.

4.52. Dans ces deux premiers blocs, les valeurs de la part du tourisme doivent être exprimées en montants et peuvent être établies de la manière suivante :

- À partir d'informations directes provenant des producteurs et des fournisseurs (informations sur leurs catégories de clients et leur part de marché correspondante);
- Auprès des visiteurs eux-mêmes (enquêtes par sondage sur les dépenses par produit et indication des prestataires de services);
- À partir d'avis d'experts dans le domaine du comportement touristique dès lors que ces avis sont validés par les meilleures pratiques (appréciation personnelle des experts).

4.53. Dans chaque ligne du premier bloc représentant les services, la valeur totale des parts du tourisme équivaut à la valeur de la consommation du tourisme intérieur qui apparaît dans le dernier bloc des colonnes.

4.54. Pour les lignes correspondant aux biens (caractéristiques ou autres), l'activité les mettant à la disposition des visiteurs étant l'unique activité générant la valeur

ajoutée directe du tourisme, seule la marge du commerce de détail correspondante génère cette part. Conséquence et exception, dans le cas des biens, la somme de la part du tourisme offert n'est pas égale à la consommation du tourisme intérieur, mais seulement à la valeur des services du commerce de détail des biens en question. La procédure détaillée à suivre dans le cas des biens est expliquée à l'annexe 4.

4.55. Il est possible, pour chaque industrie, d'établir la part du tourisme dans la production (en valeur) comme la somme de la part du tourisme correspondant à chaque composante de produit de sa production.

4.56. Il est ainsi possible d'établir, pour chaque industrie, un ratio du tourisme (ratio entre la valeur totale de la part du tourisme et la valeur totale de la production de l'industrie exprimée en pourcentage), à appliquer aux composantes de la consommation intermédiaire (et ainsi à la valeur ajoutée). Si la consommation intermédiaire est ventilée par produit, ce ratio du tourisme peut être uniforme pour chaque produit entrant dans la consommation intermédiaire d'une industrie et ainsi être égal à la production totale, ou bien il peut également être possible de moduler ces ratios selon l'importance relative des différentes composantes de sa production qui est consommée par les visiteurs (par exemple, dans un hôtel assurant également des services de restauration, le ratio de services d'hébergement demandés par les visiteurs peut être différent de celui correspondant aux services de restauration). Dans tous les cas, il est possible de déterminer la part de la valeur ajoutée brute générée dans chaque industrie par la consommation du tourisme à partir des différences existantes entre les valeurs de la production attribuable à la consommation du tourisme et les valeurs de la consommation intermédiaire attribuable à la consommation du tourisme.

4.57. Il importe d'avoir à l'esprit à ce stade que, dans la mesure où plusieurs hypothèses sont utilisées pour mettre les intrants en relation avec des productions particulières de processus de production des industries, les résultats seront dotés d'une composante modélisée et ne peuvent ainsi pas être considérés comme étant directement observés et rapprochés avec les données statistiques, ce qui est dû au fait que la valeur ajoutée est strictement associée au processus de production d'un établissement pris dans son ensemble et ne peut pas être affectée parmi les productions de ce processus. Si une partie des facteurs de production pouvait être directement affectée à des productions particulières de l'établissement, il serait alors possible de diviser l'établissement en différentes activités, de sorte que deux unités d'exploitation au moins (établissements) existeraient au sein de l'établissement lui-même, qui ne serait plus la plus petite unité pour laquelle les coûts de production peuvent être isolés.

4.58. En conséquence, pour chaque industrie, on peut calculer une estimation de la fraction de sa valeur ajoutée brute (aux prix de base) correspondant à la contribution de sa production dans la consommation totale du tourisme intérieur, et il est possible d'additionner ces valeurs à toutes les industries, aussi bien les industries du tourisme que toutes les autres industries. La somme de toutes ces parts de valeur ajoutée sur l'ensemble des industries est la VABDT.

4.59. Pour obtenir le PIB direct engendré par la consommation du tourisme intérieur (PIBDT), il faut ajouter à la VABDT les impôts nets de subventions au titre des produits et des importations relevant des produits touristiques qui sont inventoriés de la même manière, à partir de la part correspondante pour chaque produit (hors les biens pour lesquels la part concerne seulement les marges de détail).

4.60. En théorie, ces agrégats (VABDT et PIBDT) devraient être indépendants du détail des calculs, en particulier de la possibilité d'identifier les industries du tourisme. Mais cela ne se vérifie pas dans la pratique, parce que la valeur ajoutée associée

à un produit n'est pas directement observable et doit être estimée grâce à l'information fournie par les industries qui engendrent ce produit.

4.61. La mesure sera d'autant plus précise que seront affinées et exactes les hypothèses sur la manière dont la consommation du tourisme affecte chaque industrie.

Tableau 7

Emploi dans les industries du tourisme

4.62. Le caractère saisonnier, la grande variabilité des conditions de travail, la flexibilité et le manque de formalisme de beaucoup de contrats de travail dans nombre de petites unités de production sont les principaux obstacles à l'obtention de chiffres fiables relatifs à l'emploi dans les industries du tourisme. Cela explique pourquoi les déficiences statistiques présentes dans la plupart des pays ont été prises en compte dans l'élaboration de ces recommandations, même si l'emploi est assurément une variable déterminante pour décrire la contribution économique du tourisme et utiliser le Compte satellite du tourisme comme outil de sensibilisation.

4.63. En outre, et parce que la main-d'œuvre est un facteur de production généralement associé à un établissement engendrant généralement différentes productions, mettre en relation l'emploi avec une production spécifique ou des portions spécifiques de différentes productions d'un établissement donné est une question complexe.

4.64. Certains pays peuvent chercher à réduire la somme brute de l'emploi total dans les industries du tourisme au nombre d'emplois, au volume d'heures travaillées, etc., effectivement attribuables à la consommation intérieure au titre du tourisme en appliquant les ratios du tourisme par secteur afin de mesurer ces variables de l'emploi pour chaque secteur et d'additionner les résultats. Lorsque cette procédure de modélisation est appliquée, le pays doit bien montrer que l'hypothèse implicite dans cette procédure est que la fonction de production de toute fraction d'une production d'un secteur consommée par les visiteurs est la même que celle de la production totale de ce secteur.

4.65. La mesure de l'emploi est limitée à l'emploi dans les industries du tourisme et les variables utilisées pour exprimer son importance sont le nombre de postes et d'heures travaillées (sur une période de temps donnée), qui sont également les indicateurs de l'intensité de l'utilisation de la main-d'œuvre.

4.66. Le tableau 7 contient une variable supplémentaire relative au nombre d'établissements pour chaque industrie du tourisme (information qui est complétée dans le tableau 10 par une ventilation de ce chiffre selon la taille des établissements). Le nombre moyen de postes de travail classés par sexe et situation dans la profession pour chaque industrie touristique peut ainsi être calculé.

4.67. En conséquence, les mesures proposées ici portent sur une quantification restrictive de l'emploi selon sa signification statistique (puisque tout le volume lié à une industrie ne correspond pas dans son intégralité à la consommation des visiteurs) et son champ (puisque il y a, dans les industries non touristiques, différents niveaux d'emploi qui correspondent partiellement à la consommation du tourisme).

4.68. Il est proposé deux grandes ventilations du nombre de postes et d'heures travaillées : l'une selon le sexe de la personne employée, l'autre selon une classification simplifiée de la situation dans la profession, seuls les salariés étant séparés du reste de la main-d'œuvre. L'intensité de l'utilisation de la main-d'œuvre est exprimée en fonction du nombre d'emplois, du nombre d'heures travaillées (durant la période de référence) et du nombre d'emplois équivalents plein-temps (durant la période de

référence) pour assurer la comparabilité des mesures et éliminer les effets du travail à temps partiel.

4.69. Les flux des visiteurs présentant souvent un caractère saisonnier marqué, ce phénomène caractérise également l'emploi, en particulier dans les secteurs tels que le logement et la restauration. Pour cette raison, les pays sont encouragés à mesurer l'emploi au moins deux fois par an, durant les saisons touristiques haute et basse. Le nombre de postes et d'heures travaillées ainsi que les autres caractéristiques de la main-d'œuvre devraient fournir des informations élémentaires pour la compréhension et la surveillance de l'évolution des niveaux et de la contribution de l'activité touristique. Le chapitre 7 des *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* décrit les concepts et définitions de l'emploi dans les industries du tourisme, ses catégories et classifications majeures, ainsi que les mesures statistiques, et peut ainsi apporter une meilleure compréhension des interactions dans le cadre d'intégration des données du Compte satellite du tourisme.

Tableau 8

Formation brute de capital fixe des industries du tourisme
et des autres industries

4.70. Les lignes du tableau 8 montrent une liste proposée de produits intégrant la formation brute de capital fixe (annexe 5) liée au tourisme, et les colonnes forment différents blocs. Le premier bloc comprend les acquisitions nettes de l'ensemble des biens d'équipement de chacune des industries du tourisme et permet de dériver l'agrégat « formation brute de capital fixe des industries du tourisme » (par. 3.40 et 3.41). Le premier bloc est suivi par une colonne comprenant les acquisitions nettes des biens d'équipement spécifiques du tourisme par toutes les autres industries. La dernière colonne enregistre le total de chaque bien d'équipement acquis. Comme mentionné au paragraphe 2.55, la recommandation n'inclut pas l'infrastructure liée au tourisme. Les pays en mesure de l'estimer en partie ou totalité sont encouragés à la reprendre dans une catégorie supplémentaire.

4.71. On recommande d'inclure dans ce tableau un poste pour mémoire afin d'y enregistrer les actifs corporels et incorporels non produits. Ces actifs ne sont pas produits et ne font ainsi pas partie de la formation brute de capital fixe dans le cadre du SCN 2008. Néanmoins, ces actifs pourraient représenter un élément important des investissements touristiques non financiers. Dans la mesure du possible, les pays sont encouragés à différencier les actifs corporels non produits du tourisme (comprenant les terrains pour la construction de bâtiments et ouvrages touristiques et les terrains pour les activités récréatives publiques et privées) et les actifs incorporels non produits du tourisme (comprenant les droits de licence, les accords de crédit-bail et autres contrats négociables et les fonds de commerce).

Tableau 9

Consommation touristique collective,
par produit et niveau administratif

4.72. Les lignes du tableau 9 montrent une liste proposée de services non marchands qui doivent être considérés comme des services collectifs touristiques non marchands selon les sous-classes correspondantes de la CPC (annexe 5).

4.73. Il faut souligner que la fourniture de services individuels non marchands, comme ceux rendus par les parcs nationaux et les musées, sont exclus du tableau 9, puisqu'ils sont considérés dans le cadre des transferts sociaux en nature et sont donc

compris dans la consommation des visiteurs (tableau 4), leurs bénéficiaires pouvant être identifiés séparément.

4.74. Le tableau 9 récapitule ces informations par produit et niveau d'administration. La production est mesurée, comme c'est toujours le cas pour les services non marchands du SCN 2008, par l'intermédiaire des coûts de production, y compris la consommation de capital fixe comme une composante de ces coûts.

4.75. Pour mémoire, il est proposé une colonne supplémentaire destinée à recueillir des informations sur les services bénéficiant aux industries du tourisme mais qui sont financés par celles-ci et qui n'entrent donc pas dans la consommation touristique collective. Dans de nombreux pays, ce sont les industries du tourisme qui financent en partie la promotion du tourisme, les bureaux d'information, etc. Connaître ces dépenses est indispensable lorsqu'on veut mesurer l'efficacité des mesures des pouvoirs publics.

Tableau 10

Indicateurs non monétaires

4.76. Le tableau 10 présente certains indicateurs quantitatifs qui ont été employés dans quelques-uns des tableaux précédents et qui sont importants pour l'interprétation de l'information monétaire présentée. Les indicateurs incluent le nombre de voyages par type de tourisme, catégorie de visiteurs et durée du séjour; les indicateurs physiques concernant les formes d'hébergement; les moyens de transport utilisés par les visiteurs non résidents qui se déplacent vers le territoire économique du pays de référence; enfin, le nombre et la taille des établissements relevant des industries du tourisme.

4.77. Comme le signale explicitement le SCN 2008, les indicateurs physiques sont une composante importante des comptes satellites et ne devraient ainsi pas être considérés comme des éléments secondaires du CST (voir SCN 2008, par. 29.84). Toutefois, il faudra s'employer davantage à mieux articuler la liste provisoire d'indicateurs non monétaires et la logique qui sous-tend les tableaux monétaires. Les données contenues dans ce tableau faciliteront l'utilisation des indicateurs non monétaires comme un élément clé de l'analyse du tourisme.

B. Agrégats

4.78. Les agrégats ne sont pas les éléments les plus importants du Compte satellite du tourisme, dont l'objectif essentiel est d'offrir des informations détaillées et analytiques sur le tourisme sous tous ses aspects : la composition par produit de la consommation touristique, les industries les plus concernées par les activités des visiteurs et leurs relations avec les autres industries, etc. Néanmoins, les agrégats sont extrêmement utiles car ils offrent des indicateurs synthétiques de la taille du tourisme.

4.79. Les principaux agrégats calculés à partir des tableaux sont comparables avec d'autres macro-indicateurs relatifs à la consommation et à la valeur ajoutée dans un pays donnée. Les pays qui étendent le champ de la production et de la consommation au-delà du concept de production délimité dans les systèmes de comptabilité nationale (par. 1.18) doivent soigneusement en peser l'effet sur la compatibilité conceptuelle des agrégats ainsi calculés.

4.80. Les agrégats du Compte satellite du tourisme sont mesurés en monnaie nationale du pays de référence à prix courants (c'est-à-dire aux prix réellement en vigueur durant la période d'observation) ainsi qu'à prix constants (c'est-à-dire par rapport aux prix d'une période de base ou de référence). Cette dernière présentation est destinée à mettre l'accent sur l'évolution du volume d'activités en la distinguant de l'évolution des prix et facilite les comparaisons dans le temps. Les mêmes méthodes

générales utilisées dans la préparation de la comptabilité nationale à prix constants devraient être suivies. Dans le cadre de cette initiative, il peut être utile de formuler et d'utiliser des indices de prix spécifiques du tourisme de manière à tenir compte du fait que la consommation du tourisme et la consommation des ménages résidents au sein de l'économie peuvent inclure des produits de différentes qualités ou de mêmes qualités mais dans des proportions distinctes.

B.1. Principaux agrégats

4.81. Il est recommandé d'établir les agrégats suivants, représentant une gamme d'indicateurs pertinents de l'importance du tourisme dans une économie :

- Dépenses du tourisme intérieur;
- Consommation du tourisme intérieur;
- Valeur ajoutée brute des industries du tourisme (VABIT);
- Valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT);
- Produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT).

B.1.1. Dépenses et consommation du tourisme intérieur

4.82. Le tourisme étant un concept lié à la demande, il est légitime de donner une utilité particulière aux agrégats qui mettent l'accent sur les dépenses et la consommation au sein d'une économie. Les dépenses et la consommation du tourisme intérieur (enregistrées dans le tableau 4) caractérisent globalement les acquisitions effectuées par les visiteurs dans l'économie de référence, les dépenses touristiques étant les plus immédiatement mesurables, tandis que la consommation du tourisme est la plus englobante.

4.83. Si l'on applique au CST les principes du SCN 2008 qui guident la préparation de la comptabilité nationale d'un pays, il est alors légitime de comparer ces agrégats aux principaux agrégats de la comptabilité nationale, en particulier au produit national brut (PNB) ou au produit intérieur brut (PIB).

4.84. Les agrégats liés aux dépenses touristiques et à la consommation du tourisme ne devraient pas être exprimés en parts du PIB ou de la consommation finale des ménages au niveau agrégé puisque leur couverture diffère, dans la mesure où les dépenses touristiques ainsi que la consommation du tourisme incluent des dépenses effectuées par les producteurs au bénéfice des visiteurs que la comptabilité nationale classe dans la consommation intermédiaire des activités productives et non dans la demande finale (par. 2.32 et 2.33). Néanmoins, ils peuvent être exprimés en pourcentage lorsque l'on considère ces valeurs comme points de référence. Il faut rappeler que le PIB, au niveau agrégé, est égal à la somme de la demande finale nette des importations dans une économie (identité valable seulement à un niveau agrégé total).

B.1.2. Offre touristique

4.85. Pour caractériser l'offre touristique, on doit utiliser trois indicateurs qui sont légèrement différents les uns des autres et qui se complètent mutuellement.

a) Valeur ajoutée brute des industries du tourisme

4.86. La valeur ajoutée brute des industries du tourisme (VABIT) additionne simplement la valeur ajoutée brute totale de tous les établissements des industries du tourisme, indépendamment de la question de savoir si toute leur production est fournie

aux visiteurs et du degré de spécialisation de leur processus de production. Elle exclut la valeur ajoutée des autres industries non touristiques dont les productions ont été acquises par les visiteurs ou par d'autres pour leur compte.

4.87. Même si la VABIT est un indicateur souvent utilisé pour mesurer la contribution économique directe du tourisme dans l'économie de référence, elle tend à être un indicateur inadéquat du volume du tourisme dans un pays donné. L'acquisition, par les visiteurs ou par d'autres pour leur bénéfice, de la production des diverses industries du tourisme est variable, allant d'une part prépondérante de la production totale (par exemple transport des voyageurs par vols réguliers, hébergement des visiteurs) à une part beaucoup plus réduite (par exemple restaurants avec service complet). Comme le « caractère touristique » d'une production déterminée n'est pas essentiellement défini par sa nature particulière mais par l'état provisoire spécifique du consommateur, le fossé est plus large entre la production des industries du tourisme (offre) et la consommation du tourisme intérieur (demande) que pour de nombreux autres phénomènes économiques définis en termes fonctionnels, comme la santé ou l'éducation. En tant qu'indicateur de l'offre et de la demande, la VABIT risque de donner une fausse idée de la contribution économique directe du tourisme.

b) *Valeur ajoutée brute directe du tourisme*

4.88. Des calculs spéciaux permettant d'associer une part de la valeur ajoutée brute à la valeur de la part de la production d'une unité productive, il est possible de définir un agrégat, la valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT), somme de la part de la valeur ajoutée brute générée par les industries du tourisme et les autres industries de l'économie directement au service des visiteurs en réponse à la consommation du tourisme intérieur. Le terme « direct » dans cet agrégat désigne le fait que le Compte satellite du tourisme mesure seulement la partie de la valeur ajoutée (par les industries du tourisme et les autres industries) due à la consommation des visiteurs sans comptabiliser les effets indirects et induits que cette consommation peut provoquer.

4.89. En tant qu'indicateur associé à un processus de production, la valeur ajoutée engendrée ne dépend pas de l'utilisation donnée à la production de ce processus. Il en résulte que, même si la consommation du tourisme ne correspond pas entièrement aux dépenses de consommation finale, la réponse à la demande générée par la part qui constitue la consommation intermédiaire engendre également une valeur ajoutée brute.

4.90. La VABDT comprend la part de valeur ajoutée brute engendrée par toutes les industries dans le processus de fourniture de biens et de services aux visiteurs, aux visiteurs potentiels (acquisitions préalables au voyage) ou à des tiers pour le compte des visiteurs.

4.91. En comparant cette mesure avec la VABIT, cette dernière comprendrait par exemple toute la valeur ajoutée brute engendrée par les restaurants, y compris les repas consommés par les résidents locaux puisque ces établissements entrent dans l'industrie touristique. En revanche, la VABIT inclurait la part de la valeur ajoutée brute engendrée par les repas servis aux visiteurs dans les restaurants, elle exclurait la part de la valeur ajoutée brute correspondant aux repas servis à des locaux par ces mêmes restaurants. Elle exclurait également la part de la valeur ajoutée brute engendrée par les restaurants pour toute autre activité secondaire comme la prestation de services de traiteur à des entreprises locales et la location d'espace à des tiers et de toute autre production dont ne profitent pas les visiteurs.

4.92. Néanmoins, la VABDT inclut également la part de la valeur ajoutée brute associée à la production des autres industries (non touristiques) pourvu que cette production réponde à la consommation du tourisme. Par conséquent, on peut tenir la

VABDT pour indépendante de la définition des produits caractéristiques du tourisme et des industries du tourisme, ce qui renforce sa pertinence en tant que mesure comparable à l'échelle internationale de l'importance économique du tourisme.

4.93. Comme il a déjà été mentionné, la VABDT mesure seulement la part de la valeur ajoutée brute engendrée par les industries du tourisme et les autres industries en réponse à la consommation intérieure du tourisme; elle ne permet pas de mesurer les effets directs totaux du tourisme dans la mesure où elle exclut la contribution des autres composantes de la demande touristique intérieure totale (Section B.2.4. Demande touristique intérieure totale et annexe 6).

4.94. Le calcul de la VABDT (et du Produit intérieur brut direct du tourisme ci-après) présente certaines particularités dans le cas de l'acquisition de biens par les visiteurs (annexe 4).

c) *Produit intérieur brut direct du tourisme*

4.95. Suite aux recommandations du SCN 2008, la valeur ajoutée brute des producteurs est fixée aux prix de base. Autrement dit, les différentes productions de chaque industrie sont évaluées aux prix de base en excluant tous les impôts nets sur les produits (c'est-à-dire les impôts indirects diminués des subventions sur la production) et les intrants sont évalués aux prix d'acquisition, c'est-à-dire en incluant les marges de transport et de distribution et tous les impôts nets sur les produits. Toutefois, comme les dépenses de consommation sont évaluées dans le SCN 2008 aux prix d'acquisition, à savoir en incluant tous les impôts nets sur les produits, une part de l'impôt d'un pays sur les produits et les importations existe qui est directement liée à la consommation du tourisme et que présente le tableau 6.

4.96. Puisque le PIB total d'une économie est égal à la valeur ajoutée brute engendrée par toutes les industries (aux prix de base) plus les impôts nets sur la production et les importations, il est possible de mesurer la part du PIB directement attribuable à la consommation du tourisme intérieur comme la part de la valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par toutes les industries en réponse à la consommation du tourisme intérieur plus le montant des impôts nets sur la production et les importations inclus dans la valeur de cette dépense aux prix d'acquisition. Cette « part du PIB » sera nommée produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT). Ainsi le PIBDT est calculé à partir de la consommation du tourisme intérieur de la même manière que la VABDT.

4.97. La figure 4.3 montre la relation entre les différents agrégats économiques qui caractérisent la dimension du tourisme du point de vue de l'offre.

4.98. Il importe de souligner quatre points :

- a) Du point de vue du Compte satellite du tourisme, les seuls indicateurs caractérisant strictement l'offre touristique sont la VABDT et le PIBDT. La valeur ajoutée brute des industries du tourisme est une mesure de l'offre touristique mais son manque de liens directs avec la consommation du tourisme ne lui permet pas d'être considérée comme une mesure acceptable de l'importance de l'offre touristique;
- b) La VABDT et le PIBDT peuvent constituer des mesures de la contribution économique directe du tourisme dans l'économie de référence comme le fait la VAB de toute industrie et peuvent s'exprimer en parts de VAB totale ou de PIB total de cette économie. Cependant, ils ne se réfèrent pas au tourisme en tant qu'industrie comparable aux autres industries du SCN 2008. Il n'existe pas d'industrie du tourisme pour laquelle la valeur ajoutée et le PIB

Figure 4.3
**Relations entre les différents agrégats économiques caractérisant
 la dimension du tourisme du point de vue de l'offre**

	Valeur ajoutée brute des industries du tourisme	Valeur ajoutée brute directe du tourisme	Produit intérieur brut direct du tourisme
Valeur ajoutée brute (aux prix de base) engendrée par l'offre aux visiteurs par les industries du tourisme	Oui	Oui	Oui
Valeur ajoutée brute (aux prix de base) engendrée par l'offre aux non-visiteurs par les industries du tourisme	Oui	Non	Non
Valeur ajoutée brute (aux prix de base) engendrée par l'offre aux visiteurs par les autres industries	Non	Oui	Oui
Valeur ajoutée brute (aux prix de base) engendrée par l'offre aux non-visiteurs par les autres industries	Non	Non	Non
Impôts nets sur la production et importa- tions inclus dans la valeur de la consom- mation du tourisme intérieur (aux prix d'acquisition)	Non	Non	Oui

seraient respectivement valeur ajoutée brute directe du tourisme et produit intérieur brut direct du tourisme. Ce sont des indicateurs provenant d'un rapprochement de la consommation et de l'offre du tourisme, et leurs valeurs dépendront du champ d'application de la mesure de la consommation des visiteurs qu'adopte un pays;

- c) La valeur ajoutée brute directe du tourisme et le produit intérieur brut direct du tourisme prennent en considération seulement la contribution directe du tourisme dans la VAB ou le PIB au sein de l'économie. Ils ne prennent pas en considération les autres composantes des effets directs totaux (par. 4.93) ni les effets induits ou indirects dont la mesure nécessite le recours à des techniques de pointe dont on trouvera une description à l'annexe 6;
- d) Les estimations de la VABDT et du PIBDT se basent sur un certain nombre d'hypothèses et de procédures de modélisation implicites si bien qu'une attention particulière doit être prise lorsqu'on utilise ou interprète ces agrégats.

B.2. Autres agrégats

4.99. L'élaboration de quatre agrégats supplémentaires pourrait être utile : emploi touristique, formation brute de capital fixe du tourisme, consommation touristique collective et demande touristique intérieure totale. À l'exception de l'emploi touristique, ils devraient faire l'objet d'un établissement plus poussé du Compte satellite du tourisme (par. 4.6).

4.100. Dans le cas de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la consommation touristique collective, déterminées respectivement à partir des tableaux 8 et 9, le caractère limité des estimations ne résulte pas uniquement de problèmes méthodologiques; on peut aussi l'attribuer au manque d'expérience en matière de définition de solutions applicables à l'estimation des données correspondantes par les bureaux de statistique nationaux.

4.101. La demande touristique intérieure totale est une mesure synthétique obtenue par agrégation de la consommation du tourisme intérieur, de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la consommation touristique collective. Cet agrégat offre un intérêt analytique pour l'estimation du poids économique du tourisme dans un pays donné. Il faut observer que cet agrégat n'inclut pas la consommation du tourisme émetteur, dont la valeur totale correspond à une importation (acquisitions par des résidents de la part de non-résidents), et ainsi n'a pas d'effet direct sur l'offre des biens et services dans l'économie de références ou sur la valeur ajoutée.

B.2.1. Emploi touristique

4.102. À l'instar de la valeur ajoutée brute directe du tourisme et du produit intérieur brut direct du tourisme, la main-d'œuvre comme facteur de production peut être associée à la production totale d'un établissement, mais ne peut être affectée à une production ou partie de production particulière sans l'adoption d'hypothèses ou de procédures de modélisation spécifiques. L'emploi du tourisme entendu comme emploi strictement lié aux biens et services acquis par les visiteurs et produits soit par les industries du tourisme soit par les autres industries n'est pas directement observable. Le Compte satellite du tourisme recommande alors seulement d'estimer l'emploi dans les industries du tourisme.

4.103. Le module de l'OCDE sur l'emploi touristique (annexe 8) propose un cadre statistique et des directives méthodologiques pour établir le niveau et certaines caractéristiques de l'emploi dans les industries du tourisme.

4.104. Le *module emploi* propose un processus qui relie les données élémentaires sur l'emploi au Compte satellite du tourisme en se servant du module emploi comme cadre d'intégration (micro- et macro-liens). Ce processus utilise les indicateurs du niveau général de l'emploi tels que le nombre de postes, celui des personnes employées ou leur équivalent plein-temps, avec une autre différenciation pour l'emploi saisonnier et les « petits emplois d'appoint » (ou d'emplois secondaires/supplémentaires), et un certain nombre de variables clés pertinentes sur l'emploi.

4.105. Des pays dotés de systèmes statistiques avancés doivent avoir pour objectif de préparer des tableaux de modules d'emploi de manière à les relier au Compte satellite du tourisme et à améliorer l'analyse globale des principales variables sur l'emploi, améliorant ainsi la compréhension de l'emploi dans le tourisme ainsi que la comparabilité entre pays (voir IRTS 2008, chap. 7).

B.2.2. Formation brute de capital fixe du tourisme

4.106. Ainsi qu'on l'a signalé aux chapitres 2 et 3 ci-dessus, il existe plusieurs points de vue différents sur la formation brute de capital fixe du tourisme, et l'on peut proposer différents agrégats suivant la perspective adoptée par les analystes.

4.107. En conséquence, l'estimation de la valeur de l'agrégat « formation brute de capital fixe du tourisme » est proposée pour guider la poursuite du développement et de la recherche statistique dans les pays où le tourisme est particulièrement utile, mais aucun agrégat spécifique ne sera utilisé pour les comparaisons internationales.

B.2.3. Consommation touristique collective

4.108. Le fait que les services collectifs non marchands ont été exclus de la consommation du tourisme ne signifie pas que la mesure du volume des dépenses des administrations publiques dans les domaines de la promotion commerciale, de l'information, de la planification, etc., liés au tourisme, manque d'intérêt et qu'elle n'a pas sa place dans la mesure globale de l'importance économique du tourisme.

4.109. Dans de nombreux pays, le secteur public joue un rôle important dans le développement des activités touristiques. Il met en place le cadre juridique de ces activités. Il établit certains contrôles sur la production des services et, dans certains cas, garantit la qualité de service qui est fourni via l'octroi de licences et l'élaboration de codes de conduite. Il fixe le cadre juridique des investissements privés ainsi que des normes régissant la préservation de l'environnement et du patrimoine culturel et historique. Il étudie les mouvements des visiteurs et peut élaborer ou promouvoir certaines initiatives publiques pour attirer les visiteurs vers certains endroits à certains moments de l'année. Il organise d'importantes manifestations et coordonne des initiatives privées au service des visiteurs. Dans certains cas, il organise et contrôle le financement des investissements requis pour le tourisme.

4.110. Ces fonctions peuvent être développées aux différents niveaux de l'administration : national, régional (infranational) et local.

4.111. La valeur de ces différentes activités conçues par l'administration publique peut être estimée selon les mêmes paramètres de mesure que tout autre service collectif non marchand, à savoir leur coût de production. La valeur de la consommation est, par convention, égale à la valeur de la production.

4.112. Toutefois, il faut reconnaître que, outre ses limites conceptuelles, ce dispositif a fait l'objet de tentatives d'application de la part de quelques pays seulement. Aussi n'existe-t-il qu'une expérience incomplète et limitée de ce type de mesure. En conséquence, l'estimation de la consommation touristique collective est proposée seulement comme un exercice statistique utile et ne servira pas aux comparaisons internationales.

B.2.4. Demande touristique intérieure totale

4.113. La consommation du tourisme intérieur constitue l'agrégat central qui permet de déterminer l'ampleur de la consommation directe des visiteurs dans le pays de référence. On pourrait cependant songer à une conception plus large de la demande touristique, et il pourrait donc être légitime de penser que l'agrégat de consommation correspondant au tourisme intérieur peut valablement être complété par d'autres composantes de la demande finale générée par les visiteurs. Ces composantes additionnelles de la demande ne sauraient toutefois être considérées comme équivalentes à l'agrégation des composantes de la demande pour constituer ce que l'on nomme parfois « les dépenses qui serviront de base à l'évaluation du produit intérieur brut direct du tourisme », une mesure utile seulement pour une économie prise dans son ensemble, et non pour un segment particulier de celle-ci. En outre, il ne faut pas oublier que la consommation du tourisme inclut les composantes n'entrant pas dans la consommation finale de la comptabilité nationale, à savoir les objets de valeur et certaines dépenses liées aux visiteurs d'affaire et autres dont les dépenses sont couvertes par les producteurs.

4.114. Les présentes recommandations proposent un agrégat supplémentaire : la demande touristique intérieure totale, laquelle est égale à la somme de la consommation du tourisme intérieur, de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la

consommation touristique collective. Toutefois, les problèmes de définition et de mesure posés par la formation brute de capital fixe du tourisme et la consommation touristique collective touchent aussi, par répercussion, la demande touristique intérieure totale du tourisme, de sorte qu'il est impossible de donner à ce stade une définition précise de la demande touristique intérieure totale.

4.115. Compte tenu des observations qui précèdent, les présentes recommandations considèrent opportun d'ajourner l'estimation de cet agrégat à des fins de comparaisons internationales jusqu'à ce que l'on acquière plus d'expérience et que l'on effectue d'autres recherches méthodologiques concernant la formation brute de capital fixe du tourisme et la consommation touristique collective.

Tableau 1
Dépenses du tourisme récepteur par produit et catégorie de visiteurs

Produits	Dépenses du tourisme récepteur		
	Touristes (visiteurs d'une nuitée) (1.1)	Excursionnistes (visiteurs de la journée) (1.2)	Visiteurs (1.3) = (1.1) + (1.2)
A. Produits de consommation (*)			
A.1. Produits caractéristiques du tourisme			
1. Services d'hébergement des visiteurs		X	
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b		X	
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances		X	
2. Services de restauration			
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs			
4. Services de transport routier de voyageurs			
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs			
6. Services de transport aérien de voyageurs			
7. Services de location de matériel de transport			
8. Agences de voyage et autres services de réservation			
9. Services culturels			
10. Services sportifs et autres services récréatifs			
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays			
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays			
A.2. Autres produits de consommation (a)			
B.1. Objets de valeur			
TOTAL			

X: sans objet.

(*) La valeur de « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(a) Si c'est utile et faisable, les pays devraient identifier séparément les deux composantes (« produits connexes du tourisme » et « produits de consommation non liés au tourisme »). Dans les deux cas, les biens et services doivent être identifiés séparément, dans la mesure du possible (voir par.4.15.).

Tableau 2
Dépenses du tourisme interne par produit, catégorie de visiteurs et type de voyages

Produits	Dépenses du tourisme interne		
	Voyages tourisme interne (**)		
	Touristes (visiteurs d'une nuitée) (2.1)	Excursionnistes (visiteurs de la journée) (2.2)	Visiteurs (2.3) = (2.1) + (2.2)
A. Produits de consommation (*)			
A.1. Produits caractéristiques du tourisme			
1. Services d'hébergement des visiteurs		X	
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b		X	
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances		X	
2. Services de restauration			
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs			
4. Services de transport routier de voyageurs			
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs			
6. Services de transport aérien de voyageurs			
7. Services de location de matériel de transport			
8. Agences de voyages et autres services de réservation			
9. Services culturels			
10. Services sportifs et autres services récréatifs			
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays			
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays			
A.2. Autres produits de consommation (a)			
B.1. Objets de valeur			
TOTAL			

X: sans objet.

(*) La valeur de « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(**) Le tourisme interne comprend les activités d'un visiteur résident dans le pays de référence dans le cadre d'un voyage du tourisme soit interne soit émetteur (voir figure 2.1).

(a) Si c'est utile et faisable, les pays devraient identifier séparément les deux composantes (« produits connexes du tourisme » et « produits de consommation non liés au tourisme »). Dans les deux cas, les biens et services doivent être identifiés séparément, dans la mesure du possible (voir par. 4.15.).

Tableau 3
Dépenses du tourisme émetteur par produit et catégorie de visiteurs

Produits	Dépenses du tourisme émetteur		
	Touristes (visiteurs d'une nuitée) (3.1)	Excursionnistes (visiteurs de la journée) (3.2)	Visiteurs (3.3)=(3.1) + (3.2)
A. Produits de consommation (*)			
A.1. Produits caractéristiques du tourisme			
1. Services d'hébergement des visiteurs		X	
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b		X	
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances		X	
2. Services de restauration			
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs			
4. Services de transport routier de voyageurs			
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs			
6. Services de transport aérien de voyageurs			
7. Services de location de matériel de transport			
8. Agences de voyages et autres services de réservation			
9. Services culturels			
10. Services sportifs et autres services récréatifs			
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays			
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays			
A.2. Autres produits de consommation (a)			
B.1 Objets de valeur			
TOTAL			

X : sans objet

(*) La valeur « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts réglés au titre des services aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(a) Si c'est utile et faisable, les pays devraient identifier séparément les deux composantes (« produits connexes du tourisme » et « produits de consommation non liés au tourisme »). Dans les deux cas, les biens et services doivent être identifiés séparément, dans la mesure du possible (voir par.4.15.).

Tableau 4
Consommation du tourisme intérieur par produit

Produits	Dépenses tourisme intérieur			Autres composantes de la consommation du tourisme (**)	Consommation du tourisme extérieur (4.3) = (4.1) + (4.2)
	Dépenses tourisme récepteur (1.3)	Dépenses tourisme interne (2.9)	Dépenses tourisme intérieur (4.1) = (1.3) + (2.9)		
A. Produits de consommation (*)					
A.1. Produits caractéristiques du tourisme					
1. Services d'hébergement des visiteurs					
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b					
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances					
2. Services de restauration					
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs					
4. Services de transport routier de voyageurs					
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs					
6. Services de transport aérien de voyageurs					
7. Services de location de matériel de transport					
8. Agences de voyages et autres services de réservation					
9. Services culturels					
10. Services sportifs et autres services récréatifs					
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays					
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays					
A.2. Autres produits de consommation (a)					
B.1. Objets de valeur					
TOTAL					

(*) La valeur de « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(**) Les composantes doivent être identifiées séparément, dans la mesure du possible (voir par. 4.41).

(a) Si c'est utile et faisable, les pays devraient identifier séparément les deux composantes (« produits connexes du tourisme » et « produits de consommation non liés au tourisme »). Dans les deux cas, les biens et services doivent être identifiés séparément, dans la mesure du possible (voir par.4.15.).

Tableau 5
Comptes de production des industries du tourisme et des autres industries (aux prix de base)

Produits	INDUSTRIES DU TOURISME		
	1. Hébergement des visiteurs (5.1)	1.a. Hébergement des visiteurs autres que 1.b. (5.1a)	1.b. Hébergement associé à tous les types de propriété de maison de vacances (5.1b)
A. Produits de consommation (*)			
A.1. Produits caractéristiques du tourisme			
1. Services d'hébergement des visiteurs			
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b			
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances			
2. Services de restauration			
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs			
4. Services de transport routier de voyageurs			
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs			
6. Services de transport aérien de voyageurs			
7. Services de location de matériel de transport			
8. Agences de voyages et autres services de réservation			
9. Services culturels			
10. Services sportifs et autres services récréatifs			
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays			
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays			
A.2. Autres produits de consommation (a)			
B. Produits de non consommation			
B.1. Objets de valeur			
B.2. Autres produits de non consommation (**) (b)			
I. — PRODUCTION TOTALE (aux prix de base)			
II. — CONSOMMATION INTERMÉDIAIRE TOTALE (aux prix d'acquisition) (c)			
(I - II) — VALEUR AJOUTÉE BRUTE TOTALE (aux prix de base)			
Rémunération des salariés			
Autres impôts nets de subventions sur la production			
Revenu mixte brut			
Excédent brut d'exploitation			

(*) La valeur « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(**) Comprend tous les autres biens et services qui circulent dans l'économie de référence.

(a) Si c'est utile et faisable, les pays devraient identifier séparément les deux composantes (« produits connexes du tourisme » et « produits de consommation non liés au tourisme »). Dans les deux cas, les biens et services doivent être identifiés séparément, dans la mesure du possible (voir par.4.15.).

(b) Les biens et services doivent être identifiés séparément, dans la mesure du possible (voir par. 4.16).

(c) La ventilation par produit doit être assurée, dans la mesure du possible (voir par. 4.17.).

Tableau 5 (suite)

Comptes de production des industries du tourisme et des autres industries (aux prix de base)

Produits	INDUSTRIES DU TOURISME		
	8. Agences de voyages et autres services de réservation (5.8)	9. Industrie culturelle (5.9)	10. Sports et activités récréatives (5.10)
A. Produits de consommation (*)			
A.1. Produits caractéristiques du tourisme			
1. Services d'hébergement des visiteurs			
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b			
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances			
2. Services de restauration			
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs			
4. Services de transport routier de voyageurs			
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs			
6. Services de transport aérien de voyageurs			
7. Services de location de matériel de transport			
8. Agences de voyages et autres services de réservation			
9. Services culturels			
10. Services sportifs et autres services récréatifs			
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays			
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays			
A.2. Autres produits de consommation (a)			
B. Produits de non consommation			
B.1. Objets de valeur			
B.2. Autres produits de non consommation (**)(b)			
I. — PRODUCTION TOTALE (aux prix de base)			
II. — CONSOMMATION INTERMÉDIAIRE TOTALE (aux prix d'acquisition) (c)			
(I - II). — VALEUR AJOUTÉE BRUTE TOTALE (aux prix de base)			
Rémunération des salariés			
Autres impôts nets de subventions sur la production			
Revenu mixte brut			
Excédent brut d'exploitation			

(*) La valeur « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(**) Comprend tous les autres biens et services qui circulent dans l'économie de référence.

(a) Si c'est utile et faisable, les pays devraient identifier séparément les deux composantes (« produits connexes du tourisme » et « produits de consommation non liés au tourisme »). Dans les deux cas, les biens et services doivent être identifiés séparément, dans la mesure du possible (voir par.4.15.).

(b) Les biens et services doivent être identifiés séparément, dans la mesure du possible (voir par. 4.16).

(c) La ventilation par produit doit être assurée, dans la mesure du possible (voir par. 4.17.).

Tableau 6
Offre intérieure totale et consommation du tourisme intérieur par produit (aux prix d'acquisition)

Produits	INDUSTRIES DU TOURISME			
	1. Hébergement des visiteurs		1.a. Hébergement des visiteurs autres que 1.b.	
	Production (5.1)	Part du tourisme (montant)	Production (5.1a)	Part du tourisme (montant)
A. Produits de consommation (*)				
A.1. Produits caractéristiques du tourisme				
1. Services d'hébergement des visiteurs				
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b				
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances				
2. Services de restauration				
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs				
4. Services de transport routier de voyageurs				
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs				
6. Services de transport aérien de voyageurs				
7. Services de location de matériel de transport				
8. Agences de voyages et autres services de réservation				
9. Services culturels				
10. Services sportifs et autres services récréatifs				
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays		X		X
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays				
A.2. Autres produits de consommation (a) (d)				
B. Produits de non consommation (d)				
B.1. Objets de valeur		X		X
B.2. Autres produits de non consommation (**)(b) (d)				
I. — Production totale (aux prix de base)				
II. — Consommation intermédiaire totale (aux prix d'acquisition) (c)				
(I - II) — Valeur ajoutée brute totale des activités (aux prix de base)				
Rémunération des travailleurs				
Autres impôts nets de subventions sur la production				
Revenu mixte brut				
Excédent brut d'exploitation				

X : sans objet.

... : signifie que toutes les industries du tourisme de la liste proposée doivent être considérées une par une dans cette énumération.

(*) La valeur « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(**) Comprend tous les autres biens et services qui circulent dans l'économie de référence.

(***) Les importations excluent les achats directs des résidents à l'étranger.

Tableau 6 (suite)

Offre intérieure totale et consommation du tourisme intérieur par produit (aux prix d'acquisition)

	Autres industries		Production intérieure (aux prix de base)	
	Production (5.14)	Part du tourisme (montant)	Production (5.15) = (5.13) + (5.14)	Part du tourisme (montant)
A. Produits de consommation (*)				
A.1. Produits caractéristiques du tourisme				
1. Services d'hébergement des visiteurs				
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b				
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances				
2. Services de restauration				
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs				
4. Services de transport routier de voyageurs				
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs				
6. Services de transport aérien de voyageurs				
7. Services de location de matériel de transport				
8. Agences de voyages et autres services de réservation				
9. Services culturels				
10. Services sportifs et autres services récréatifs				
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays		X		X
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays				
A.2. Autres produits de consommation (a) (d)				
B. Produits de non consommation (d)				
B.1. Objets de valeur		X		X
B.2. Autres produits de non consommation (**)(b) (d)				
I. — Production totale (aux prix de base)				
II. — Consommation intermédiaire totale (aux prix d'acquisition) (c)				
(I - II) — Valeur ajoutée brute totale des activités (aux prix de base)				
Rémunération des travailleurs				
Autres impôts nets de subventions sur la production				
Revenu mixte brut				
Excédent brut d'exploitation				

X : sans objet.

... : signifie que toutes les industries du tourisme de la liste proposée doivent être considérées une par une dans cette énumération.

(*) La valeur « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(**) Comprend tous les autres biens et services qui circulent dans l'économie de référence.

(***) Les importations excluent les achats directs des résidents à l'étranger.

Tableau 7
Emploi dans les industries du tourisme

Industries du tourisme	Nombre d'établissements	Nombre de postes de travail par situation dans la profession (*)			
		Salariés		Indépendants	
		Homme	Femme	Homme	Femme
Total					
1. Hébergement des visiteurs					
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b					
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances					
2. Industrie de la restauration					
3. Transport ferroviaire de voyageurs					
4. Transport routier de voyageurs					
5. Transport par voie d'eau de voyageurs					
6. Transport aérien de voyageurs					
7. Location de matériel de transport					
8. Agences de voyages et autres services de réservation					
9. Industrie culturelle					
10. Sports et industrie récréative					
11. Commerce de détail de biens caractéristiques du tourisme propre aux pays					
12. Industries du tourisme propre aux pays					
TOTAL					

(*) durant la période de référence.

Tableau 7 (suite)
Emploi dans les industries du tourisme

Industries du tourisme	Nombre d'heures travaillées par situation dans la profession (*)						Nombre de postes équivalents plein-temps par situation dans la profession (*)					
	Salariés			Indépendants			Salariés			Indépendants		
	Homme	Femme	Total	Homme	Femme	Total	Homme	Femme	Total	Homme	Femme	Total
1. Hébergement des visiteurs												
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b												
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances												
2. Industrie de la restauration												
3. Transport ferroviaire de voyageurs												
4. Transport routier de voyageurs												
5. Transport par voie d'eau de voyageurs												
6. Transport aérien de voyageurs												
7. Location de matériel de transport												
8. Agences de voyages et autres services de réservation												
9. Industrie culturelle												
10. Sports et industrie récréative												
11. Commerce de détail de biens caractéristiques du tourisme propre aux pays												
12. Industries du tourisme propre aux pays												
TOTAL												

(*) durant la période de référence.

Tableau 8
Formation brute de capital fixe des industries du tourisme et autres industries

Produits	INDUSTRIES DU TOURISME		
	1. Hébergement des visiteurs (8.1)	1.a. Hébergement des visiteurs autres que 1.b. (8.1a)	1.b. Hébergement associé à tous les types de propriété de maison de vacances (8.1b)
I. — Actifs fixes spécifiques du tourisme			
1. Hébergement des visiteurs			
1.1. Hôtels et autres structures d'hébergement des visiteurs			
1.2. Maisons de vacances en pleine propriété			
1.3. Maisons de vacances sous d'autres types de propriété			
2. Autres bâtiments et structures non résidentielles propres aux industries du tourisme			
2.1. Restaurants et bâtiments similaires pour les services de restauration			
2.2. Bâtiments et infrastructures pour le transport de voyageurs sur de longues distances			
2.3. Bâtiments destinés à des services culturels et assimilés principalement à l'usage des visiteurs			
2.4. Constructions réservées aux sports, aux loisirs et à d'autres activités récréatives			
2.5. Autres constructions et structures			
3. Matériel de transport de voyageurs à des fins touristiques			
3.1. Par voie terrestre (y compris routes et chemins de fer)			
3.2. Par voie maritime			
3.3. Par voie aérienne			
4. Autres machines et équipements spécialisés pour la production des produits caractéristiques du tourisme			
5. Aménagements de terrains utilisés à des fins touristiques			
II. — Investissements par les industries du tourisme dans les actifs fixes non spécifiques au tourisme			
(I + II) TOTAL			
Poste pour mémoire :			
III. — Autres actifs non financiers (*)			

X : sans objet.

(*) Voir par. 3.40 et annexe 5.

Tableau 8 (suite)

Formation brute de capital fixe des industries du tourisme et autres industries

Produits	INDUSTRIES DU TOURISME		
	8. Agences de voyage et autres services de réservation (8.8)	9. Industrie culturelle (8.9)	10. Sports et industrie récréative (8.10)
I. — Actifs fixes spécifiques du tourisme			
1. Hébergement des visiteurs			
1.1. Hôtels et autres structures d'hébergement des visiteurs			
1.2. Maisons de vacances en pleine propriété			
1.3. Maisons de vacances sous d'autres types de propriété			
2. Autres bâtiments et structures non résidentielles propres aux industries du tourisme			
2.1. Restaurants et bâtiments similaires pour les services de restauration			
2.2. Bâtiments et infrastructures pour le transport de voyageurs sur de longues distances			
2.3. Bâtiments destinés à des services culturels et assimilés principalement à l'usage des visiteurs			
2.4. Constructions réservées aux sports, aux loisirs et à d'autres activités récréatives			
2.5. Autres constructions et structures			
3. Matériel de transport de voyageurs à des fins touristiques			
3.1. Par voie terrestre (y compris routes et chemins de fer)			
3.2. Par voie maritime			
3.3. Par voie aérienne			
4. Autres machines et équipements spécialisés pour la production des produits caractéristiques du tourisme			
5. Aménagements de terrains utilisés à des fins touristiques			
II. — Investissements par les industries du tourisme dans les actifs fixes non spécifiques au tourisme			
(I + II) TOTAL			
Poste pour mémoire :			
III. — Autres actifs non financiers (*)			

X : sans objet.

(*) Voir par. 3.40 et annexe 5.

Tableau 9
Consommation touristique collective par produit et niveau d'administration

Produits (*)	Niveaux d'administration			Consommation touristique collective (9.4)= (9.1)+(9.2)+(9.3)	Poste pour mémoire (**)
	National (9.1)	Régional (9.2)	Local (9.3)		Consommation intermédiaire par industries du tourisme
85561	Services de promotion du tourisme				
85562	Services d'information des visiteurs				X
91135	Services administratifs de soutien au commerce, à l'hôtellerie et à la restauration				
91136	Services administratifs de soutien et de tourisme				X
<i>Partiellement pour :</i>					
83700	Services d'études de marchés et de sondage d'opinion				X
91260	Services de police et de protection civile				X
92919	Autres services d'enseignement et de formation, n.c.a.				
92920	Services d'appui éducatif				
TOTAL					

X : sans objet.

(*) Sous-classe de la deuxième version de la CPC.

(**) Cette colonne reflète les dépenses des industries du tourisme dans la promotion du tourisme ou d'autres services liés aux fonctions décrites quand il y a lieu.

Tableau 10
 Indicateurs non monétaires

a. Nombre de voyages et de nuitées par formes de tourisme et catégories de visiteurs

	Tourisme récepteur			Tourisme interne			Tourisme émetteur		
	Touristes	Excursionnistes	Visiteurs	Touristes	Excursionnistes	Visiteurs	Touristes	Excursionnistes	Visiteurs
	(visiteurs d'une nuitée)	(visiteurs de la journée)		(visiteurs d'une nuitée)	(visiteurs de la journée)		(visiteurs d'une nuitée)	(visiteurs de la journée)	
Nombre de voyages									
Nombre de nuitées		X			X			X	

b. Tourisme émetteur : Nombre d'arrivées et de nuitées par moyens de transport (*)

	Nombre d'arrivées	Nombre de nuitées
1. Transport aérien		
1.1. Vols réguliers		
1.2. Vols non réguliers		
1.3. Avion privé		
1.4. Autres		
2. Transport maritime ou fluvial		
2.1. Lignes maritimes et ferries		
2.2. Bateau de croisière		
2.3. Yacht		
2.4. Autres		
3. Transport terrestre		
3.1. Chemin de fer		
3.2. Voiture ou autobus et autres moyens de transport public routier		
(i) Taxis, limousines et véhicules à moteur privés de location avec chauffeur		
(ii) Location de véhicule tracté par un homme ou un animal		
3.4. Véhicule privé (d'une capacité pouvant aller jusqu'à 8 personnes)		
3.5. Location de véhicule sans chauffeur (jusqu'à 8 personnes)		
3.6. Autres moyens de transport terrestre (à dos de cheval bicyclettes, motocyclettes, etc.)		
3.7. À pied		
TOTAL		

(*) Dans le cas du tourisme récepteur, la variable serait « arrivées ».

Bibliographie

- Commission des communautés européennes, Fonds monétaire international, Organisation de coopération et de développement économiques, Nations Unies et Banque mondiale (1993), *Système de comptabilité nationale 1993*, Bruxelles/Luxembourg, New York, Paris, Washington, D.C., 1993.
- Commission des communautés européennes, Fonds monétaire international, Organisation de coopération et de développement économiques, Nations Unies et Banque mondiale (2008), *Système de comptabilité nationale 2008*, Bruxelles/Luxembourg, New York, Paris, Washington, D.C., 2008. <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/SNA2008.pdf>.
- Commission européenne (1999), « Décision 1999/34/CE du 9 décembre 1998 relative aux procédures d'application de la directive 95/57/CE du Conseil concernant la collecte d'informations statistiques dans le domaine du tourisme; in *Journal officiel des Communautés européennes*, n° L9, 15 janvier 1999.
- Conseil de l'Union européenne (1995), « Directive 95/57/CE du 23 novembre 1995 concernant la collecte d'informations statistiques dans le domaine du tourisme », in *Journal officiel des Communautés européennes*, n° L291, 6 décembre 1995.
- EUROSTAT (1998), *Méthodologie communautaire sur les statistiques du tourisme*, Luxembourg, 1998.
- EUROSTAT (2000), *Manuel européen de mise en œuvre des comptes satellites du tourisme*, Luxembourg, 2000.
- Fonds monétaire international (2008), *Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale*, sixième édition (MBP6), projet d'avant-tirage, décembre 2008.
- Frechtling, Douglas C. (1994), « Assessing the economic impacts of travel and tourism: introduction to travel economic impact estimation », J.R. Brent Richie et Charles R. Goeldner (dir. pub.) in *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*, 2^e édition, John Wiley & Sons, New York, 1994, chap. 31.
- Nations Unies (2006), *Classification centrale de produits*, version 2 (New York, mars 2006), http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/docs/CPCv2_structure.pdf, http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/docs/CPCv2_explanatory_notes.pdf.
- Nations Unies (2008), *Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique*, révision 4 (New York, mars 2008), <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regdntransfer.asp?f=135>.
- Nations Unies et Organisation mondiale du tourisme (2008), *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme*, IRTS 2008, New York, Madrid, 2008.
- Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) (1991), *Manuel sur les comptes économiques du tourisme*, 1991.

- Organisation de coopération et de développement économiques OCDE (1996), *Statistiques du tourisme de l'OCDE — conception et application pour l'action*, 1996.
- Organisation de coopération et de développement économiques OCDE (2000), *Mesurer le rôle du tourisme dans les pays de l'OCDE : Manuel de l'OCDE sur les comptes satellites du tourisme et l'emploi*, 2000.
- Organisation mondiale du tourisme (1983), « Détermination de l'importance du tourisme en tant qu'activité économique dans le cadre du système de comptabilité nationale », Rapport présenté à l'Assemblée générale de l'Organisation mondiale du tourisme, New Delhi, 3-14 octobre 1983.
- Organisation mondiale du tourisme (1999), « Compte satellite du tourisme (CST) : Cadre conceptuel », (document soumis à la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme, Nice, France, 15-18 juin 1999).
- Organisation mondiale du tourisme (2000), *Orientations générales pour l'élaboration d'un compte satellite du tourisme*, Madrid, 2000, volume 1 : *Mesure de la demande touristique totale* ; volume 2 : *Mesure de l'offre touristique totale*.
- Organisation mondiale du tourisme (2006), *Measuring the economic importance of the meetings industry: developing a Tourism Satellite Account extension*, Madrid, 2006.
- Organisation mondiale du tourisme, Organisation de coopération et de développement économiques et Office statistique des Communautés européennes (2001), *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel*, Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2001.
- Statistique Canada (1991), *Proposition en vue de l'établissement d'un compte satellite et d'un système d'information du tourisme*, Ottawa, juin 1991.
- Statistique Canada (1994), *Compte satellite du tourisme*, série technique de la Division de la comptabilité nationale et de l'environnement, n° 31, Ottawa, juillet 1994.
- World Travel and Tourism Council (1998), *Update principles for travel and tourism national satellite accounting*, septembre 1998.

Index

A

- Acquisition de biens et de services, 2.21, 2.23, 2.28
- Actifs incorporels, 2.44, 3.40, 4.71, annexe 2
- Actifs fixes spécifiques du tourisme, 2.46, 2.47, 2.49, 2.54, annexe 5
- Actifs non produits, 3.40, 4.71
- Activité principale, 3.11
- Activités caractéristiques du tourisme, 3.8, 3.9, figure 3.1
- Activités caractéristiques du tourisme propre aux pays, 3.8, 3.9, figure 3.1
- Activités secondaires, 3.13, 4.91
- Agrégats, 4.78, 4.80, 4.81
- Agrégats du tourisme (voir Agrégats/Valeur ajoutée brute des industries du tourisme/Valeur ajoutée brute directe du tourisme/Produit intérieur brut direct du tourisme)
- Améliorations foncières de terrains exploités à des fins touristiques, annexe 5
- Autres composantes de la consommation touristique, 4.15, 4.41

B

- Balance des paiements, 1.13, 1.39, 1.44, 2.1, 2.2, 2.6, 2.11, 2.36, 4.9, 4.43, annexe 2
- Biens (voir Traitement des biens)
- Biens de consommation durables, 2.39, 2.41
- Biens de consommation durables à finalité touristique unique, 2.25, 2.26, 2.39, 2.41, 2.42, 4.15, 4.41, annexe 5
- Biens de consommation durables à finalité unique (voir Biens de consommation durables à finalité touristique unique)
- Biens durables, 2.39, 2.41

C

- Catégories de la consommation du tourisme, 2.29, figure 2.1, 2.30, 4.20
- Circuits à forfait, 3.22, 3.24, annexe 3
- Comparaisons internationales, 3.7, 3.10, 4.115
- Compte satellite du tourisme, 1.12, 1.13, 1.15, 1.17, 1.18
- Comptes de production, 4.16, 4.30, 4.44, 4.45
- Concept de production, 2.34, 4.79, annexe 2
- Consommation du tourisme, 2.25, 2.27-2.29, figure 2.1, 2.31, 4.29, 4.41
- Consommation du tourisme émetteur, figure 2.1
- Consommation du tourisme intérieur, figure 2.1, 4.29, 4.42, 4.81, 4.82
- Consommation du tourisme interne, figure 2.1
- Consommation du tourisme national, figure 2.1
- Consommation du tourisme récepteur, figure 2.1

Consommation intermédiaire, 3.32
Consommation intermédiaire des producteurs, 1.46, 2.28, 2.31, 2.32, 2.63, 4.13
Consommation touristique collective, 2.57, 2.64, 3.4, 4.6, 4.16, 4.33, 4.72, 4.99, 4.112, annexe 4

D

Demande intérieure de tourisme, 3.4, 4.93, 4.99
Demande touristique intérieure totale, 2.65, 4.93, 4.99, 4.101, 4.114
Dépenses, 2.21-2.24
Dépenses du tourisme émetteur, 4.40
Dépenses du tourisme intérieur, 4.41, 4.81, 4.82
Dépenses du tourisme interne, 4.39, 4.41
Dépenses du tourisme récepteur, 4.38
Dépenses touristiques, 2.21-2.25, 4.29, 4.36
Durée d'un voyage, 2.12, 2.14, 4.76

E

Emploi, 3.36-3.39, 4.62-4.69, tableau 7, annexe 8
Emploi touristique, 4.99, 4.102
Environnement habituel, 2.6
Établissement, 3.11-3.13
Évolution du volume, 4.80
Excursionniste (voir Visiteur de la journée), 1.4

F

Formation brute de capital fixe du tourisme, 2.44, 3.41, 4.6, 4.70, 4.99, 4.107, annexe 5
Formes de tourisme, 2.29, figure 2.1, 4.29

H

Hébergement, 2.19
Heures travaillées, 3.38, 4.65, 4.68, annexe 8

I

Impôts nets, 4.95, 4.96, figure 4.3, annexe 4
Imputation, 2.35, 2.37, 3.15, annexe 2
Incidences économiques du tourisme, annexe 6
Indicateurs non monétaires, 4.34, 4.76
Indicateurs physiques (voir Indicateurs non monétaires)
Industrie (voir Industrie du tourisme/Industries du tourisme)
Industrie des réunions, 3.27
Industrie du tourisme, 3.11
Industries du tourisme, 3.5, 3.13, 4.2, 4.14, figure 4.2
Infrastructures liées au tourisme, 2.46, 2.50, 2.53, 2.54, annexe 5
Institutions sans but lucratif au service des ménages, 2.26, 4.36, 4.41
Investissements par les industries du tourisme, 2.46, 2.49, 2.54

L

Lieu de résidence habituelle (voir Résidence habituelle)

Logement principal, 2.9, 2.38, 2.47, 3.14

Logements, 2.9, 2.10, 2.26, 2.28, 2.34, 2.37

Logements secondaires, 2.9, 2.10, 2.26, 2.47, 3.16

M

Maisons de vacances, 2.9, 2.10, 2.28, 2.37, 2.38, 2.47, 3.14, annexe 2

Marge brute, 3.21, 3.24

Métadonnées, 4.8

Méthodes d'évaluation, 4.10

Moment de l'enregistrement, 4.9, 4.10

Module de l'OCDE sur l'emploi touristique, 1.51, 4.103, annexe 8

Motif principal d'un voyage, 2.15, 2.16, 2.18

Multipropriété, 3.18-3.20, annexe 2, annexe 5

N

Niveaux géographiques, annexe 7

O

Objets de valeur, 2.21, 2.28, 3.7, 4.15, figure 4.1, figure 4.2, annexe 2

Offre intérieure, 4.29, 4.31, 4.49

Opérations de troc, 2.26, 2.28

Opérations pour compte propre, 2.28

P

Pays de référence, 2.20, 2.30

Pays de résidence, 2.7, 2.8

Postes de travail, 3.38, 4.65, 4.66, annexe 8

Postes équivalents plein-temps, 3.38, 4.104, annexe 8

Principes d'évaluation, 4.9, 4.10, 4.38

Prix constants, 4.35, 4.80

Prix courants, 4.35, 4.80

Prix de base, 4.9, 4.44, 4.58, 4.95, figure 4.3

Producteurs, 2.26, 2.28, 2.39, 2.44

Produit intérieur brut, 4.13, 4.31, 4.42, 4.47, 4.81, 4.83, figure 4.3

Produit intérieur brut direct du tourisme, 4.31, 4.42, 4.59, 4.81, 4.95, figure 4.3, 4.98

Produit pour compte propre, 2.26

Produits caractéristiques du tourisme, 3.7, 3.13, figure 3.1, figure 4.1, figure 4.2, annexe 2, annexe 5

Produits caractéristiques du tourisme propre aux pays, 3.7, figure 3.1

Produits connexes du tourisme, 3.7, figure 3.1, figure 4.1, figure 4.2

Produits du tourisme, 3.7, 4.2, 4.14

Prix d'acquisition, 4.9, 4.22, 4.25, 4.44, 4.46

R

Résidence (voir Pays de résidence)

Résidence habituelle, 2.7, 2.8

S

Services collectifs non marchands, 2.61-2.64, 4.72, 4.108, 4.111, annexe 5

Services de réservation, 3.21-3.24, annexe 3

Services d'intermédiation financière indirectement mesurés, 2.26, 4.41

Système de comptabilité nationale 1993, 1.6, 1.13, annexe 2

Système de statistiques du tourisme, 1.14, 1.17, 1.19

T

Tableaux des ressources et des emplois, 4.11, 4.12, annexe 2, annexe 4, annexe 6

Tourisme, 1.1, 2.2, 3.1, 3.3, 4.1

Tourisme émetteur, figure 2.1

Tourisme intérieur, figure 2.1

Tourisme interne, figure 2.1

Tourisme national, figure 2.1

Tourisme récepteur, figure 2.1

Touriste, 2.12

Traitement des biens, annexe 4

Transferts en nature (voir Transferts sociaux en nature)

Transferts sociaux en nature, 2.25, 2.26, 2.28, 2.61, 4.15, 4.41, 4.73

V

Valeur ajoutée, 3.32, 3.33

Valeur ajoutée brute, 3.31-3.35, 4.86-4.98

Valeur ajoutée brute des industries du tourisme, 3.31-3.35, 4.86-4.87, 4.91, figure 4.3

Valeur ajoutée brute directe du tourisme, 3.35, 4.31, 4.58, 4.81, 4.88, figure 4.3, 4.98

Valeur ajoutée nette, 3.32, 3.33

Visiteurs, 2.2, 2.12

Visiteurs de la journée, 1.4, 2.12, 2.13, 4.38

Visiteurs internationaux, 2.8, 2.20

Visiteurs internes, 2.8, 2.13, 2.20

Visiteur qui passe la nuit (voir Touriste), 1.4

Voyage, 2.1, 2.2

Voyage touristique, 2.16

Voyagiste, 3.21, 3.24, 4.13, annexe 3

Glossaire

Agrégats du Compte satellite du tourisme. Il est recommandé d'établir les agrégats suivants, qui représentent un ensemble d'indicateurs pertinents de l'importance du tourisme dans une économie (par. 4.81) :

- Dépenses du tourisme intérieur;
- Consommation du tourisme intérieur;
- Valeur ajoutée brute des industries du tourisme (VABIT);
- Valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT);
- Produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT).

Biens de consommation durables. Les biens de consommation durables sont des biens pouvant être utilisés aux fins d'une consommation répétée ou continue sur une période d'un an ou plus, moyennant un taux d'usure physique normal ou moyen. Lorsqu'ils sont acquis par des producteurs, ils sont considérés comme biens d'équipement utilisés dans les processus de production, à l'instar des véhicules, des ordinateurs, etc. Lorsqu'ils sont acquis par des ménages, ils sont considérés comme biens de consommation durables (par. 2.39).

Biens de consommation durables à finalité touristique unique. Les biens de consommation durables à finalité touristique unique constituent une catégorie spécifique de biens de consommation durables qui inclut les biens durables exclusivement utilisés, ou presque, par des individus à l'occasion de voyages touristiques (par. 2.41 et annexe 5).

Compte de production. Le compte de production enregistre l'activité de production des biens et services telle que définie dans le cadre de la SCN. Son solde comptable, la valeur ajoutée brute, se définit comme la valeur de la production moins la valeur de la consommation intermédiaire et est une mesure de la contribution au PBI apportée par chacun des producteurs, industries ou secteurs. La valeur ajoutée brute est la source des revenus primaires du SCN et est ainsi reportée dans la distribution primaire du compte de revenus. La valeur ajoutée et le PIB peuvent également être mesurés en chiffres nets en déduisant la consommation du capital fixe, chiffre représentant la baisse de valeur durant la période d'utilisation du capital fixe au cours d'un processus de production. (voir SCN 2008, par. 1.17)

Consommation du tourisme. La consommation du tourisme a la même définition officielle que les dépenses touristiques. Néanmoins, le concept de consommation du tourisme utilisé dans le Compte satellite du tourisme déborde celui de dépenses touristiques. De fait, outre le montant payé pour l'acquisition de biens et de services de consommation, ainsi que d'objets de valeur à usage privé ou pour offrir, pour ou durant les voyages touristiques, correspondant aux opérations monétaires (principal objet des dépenses touristiques), il inclut également les services associés à l'hébergement de vacances pour compte propre, les transferts sociaux en nature du tourisme et les autres consommations imputées. La valeur de ces opérations doit être estimée à partir de sources autres que les in-

formations recueillies directement auprès des visiteurs, telles que les rapports sur les échanges de domiciles, les estimations des loyers relatifs aux maisons de vacances, les calculs des services d'intermédiation financière indirectement mesurés (SIFIM), etc. (par. 2.25.).

Consommation du tourisme émetteur. La consommation du tourisme émetteur est la consommation du tourisme d'un visiteur résident en dehors de l'économie de référence (figure 2.1).

Consommation du tourisme intérieur. La consommation du tourisme intérieur est la consommation du tourisme des visiteurs aussi bien résidents que non résidents dans l'économie de référence. Elle est la somme de la consommation du tourisme interne et de la consommation du tourisme récepteur (figure 2.1).

Consommation du tourisme interne. La consommation du tourisme interne est la consommation du tourisme d'un visiteur résident dans l'économie de référence (figure 2.1).

Consommation du tourisme national. La consommation du tourisme national est la consommation du tourisme des visiteurs résidents, au sein et en dehors de l'économie de référence. Elle est la somme de la consommation du tourisme interne et de la consommation du tourisme émetteur (figure 2.1).

Consommation du tourisme récepteur. La consommation du tourisme récepteur est la consommation du tourisme d'un visiteur non résident dans l'économie de référence (figure 2.1).

Demande touristique intérieure totale. La demande touristique intérieure totale est la somme de la consommation du tourisme intérieur, de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la consommation touristique collective (par. 4.114). Elle n'inclut pas la consommation du tourisme émetteur.

Indicateurs non monétaires. Les données mesurées en unités physiques ou autres unités non monétaires ne doivent pas être considérées comme un élément secondaire d'un compte satellite. Elles sont des composantes essentielles, aussi bien pour l'information qu'elles fournissent directement que pour l'analyse des données monétaires menée selon une approche adéquate (voir SCN 2008, par. 29.84).

Marge brute. La marge brute d'un prestataire de services de réservation est la différence entre la valeur à laquelle le service intermédié est vendu et la valeur échéant au prestataire de services de réservation pour ce service intermédié.

Part du tourisme. La part du tourisme est la part de la fraction correspondante de la consommation du tourisme intérieur dans chaque composante de l'offre (par. 4.51). Pour chaque secteur, la part du tourisme de la production (en valeur) est la somme de la part du tourisme correspondant à chacune des composantes de produit de sa production (par. 4.55).

Produit intérieur brut direct du tourisme. Le produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT) est égal à la part de la valeur ajoutée brute (aux prix de base) engendrée par toutes les industries en réponse à la consommation du tourisme intérieur plus les impôts nets sur les produits et les importations inclus dans la valeur de ces dépenses aux prix d'acquisition (par. 4.96).

Ratio du tourisme. Pour chaque variable de l'offre dans le Compte satellite du tourisme, le ratio du tourisme est le ratio (en pourcentage) entre la valeur totale de la part du tourisme et la valeur totale de la variable correspondante dans le Compte satellite du tourisme (par. 4.56).

Transferts sociaux en nature. Un cas spécial de transferts en nature est celui des transferts sociaux en nature. Ceux-ci consistent en biens et services offerts par les administrations publiques et les institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM) qui sont fournis aux ménages individuels. Les services de santé et d'éducation en sont les premiers exemples. Au lieu de fournir un montant spécifique d'argent à mettre à profit dans l'achat de services médicaux et éducatifs, les services sont souvent fournis en nature afin d'assurer la satisfaction des besoins en services en question. (Parfois, le bénéficiaire achète le service et le rembourse via un système d'assurance ou d'assistance. Cette opération est traitée comme une opération en nature dans la mesure où le bénéficiaire agit simplement comme agent du système d'assurance.) (voir SCN 2008, par. 3.83).

Valeur ajoutée brute. La valeur ajoutée brute est la valeur de la production moins la valeur de la consommation intermédiaire (par. 3.32)

Valeur ajoutée brute des industries du tourisme. La valeur ajoutée brute des industries du tourisme (VABIT) est la valeur ajoutée brute totale de tous les établissements des industries du tourisme, indépendamment de la question de savoir si toute leur production est fournie aux visiteurs et du degré de spécialisation de leur processus de production (par. 4.86).

Valeur ajoutée brute directe du tourisme. La valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT) est la part de la valeur ajoutée brute engendrée par les industries du tourisme et les autres industries de l'économie qui sont directement au service des visiteurs en réponse à la consommation du tourisme intérieur (par. 4.88).

Annexe 1

Principales différences entre le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel de 2000* et le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel de 2008*

Thèmes	CST : CC 2000	CST : CC 2008
1. Analyse du tourisme selon les caractéristiques des voyages et des visiteurs	Son importance n'est pas soulignée.	Bien que les 10 tableaux se réfèrent à des mesures globales, on insiste sur l'importance du détail des calculs et des résultats.
2. Définition de la consommation des visiteurs et de ses divers champs	Dépenses totales de consommation effectuées par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur pour et pendant son voyage et son séjour dans le lieu de destination.	Deux concepts : dépenses touristiques et consommation du tourisme : Les dépenses touristiques constituent le montant payé pour l'acquisition de biens et services de consommation, ainsi que d'objets de valeur, à usage privé ou pour offrir, pour et durant les voyages touristiques. Elles incluent les dépenses effectuées par les visiteurs eux-mêmes ainsi que les dépenses acquittées ou remboursées par d'autres; La consommation du tourisme , telle qu'employée dans le Compte satellite du tourisme, déborde le concept de dépenses touristiques. Outre les dépenses touristiques, elle inclut également les services associés à l'hébergement de vacances pour compte propre, les transferts sociaux en nature du tourisme et d'autres dépenses de consommation imputées.
	Consommation finale des visiteurs en espèces.	À peu près similaire aux dépenses touristiques.
	Dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces et en nature : consommation du tourisme.	À peu près similaires à la consommation du tourisme : la différence avec les dépenses touristiques est explicitée.
3. Différence entre une activité (pur procédé de production) et une industrie (groupement d'établissements)	Les distinctions ne sont pas clairement définies. Utilisation ambiguë de la terminologie.	Nette différenciation entre <i>les industries du tourisme</i> regroupant des établissements dont l'activité principale est une activité caractéristique du tourisme et <i>les activités caractéristiques du tourisme</i> .
4. Produits caractéristiques	Une liste unique à utiliser par tous les pays.	Produits répartis en deux sous-catégories distinctes : A.1.i. Produits caractéristiques du tourisme comparables au niveau international; A.2.ii. Produits caractéristiques du tourisme propre aux pays (à déterminer par chaque pays).
5. Activités caractéristiques	Une liste unique à utiliser par tous les pays.	Les activités caractéristiques du tourisme se réfèrent aux deux sous-catégories des produits caractéristiques du tourisme (A.1.i et A.2.ii).
6. Industries connexes	Définies séparément : spécifiques aux pays.	Exclues, du point de vue conceptuel.

Thèmes	CST : CC 2000	CST : CC 2008
7. Objets de valeur	Exclus.	Compris lorsqu'ils sont achetés durant les voyages.
8. Accords de multipropriété et autres types novateurs de propriété de maison de vacances	Non mentionnés.	Reconnus.
9. Industrie des réunions	Non mentionnée.	Prise en compte mais considérée comme marginale dans la mesure où la production correspondante n'est pas principalement acquise par les visiteurs.
10. Traitement des biens et marges sur les biens	Une ambiguïté due à un manque de consensus sur le traitement des biens achetés par les visiteurs et la valeur ajoutée générée dans leurs marges de production apparaît dans les tableaux 1 à 6 en tant que produits distincts.	<p>Les activités du commerce de détail sont associées aux biens achetés par les visiteurs et celles associées aux biens caractéristiques du tourisme sont considérées comme caractéristiques du tourisme (IRTS 2008).</p> <p>La valeur ajoutée dans la production de biens ne fait pas partie de la valeur ajoutée brute directe du tourisme mais doit être considérée au nombre des effets indirects.</p> <p>Le traitement des marges de commerce et de transport dans les tableaux est similaire à celui des tableaux des ressources et des emplois dans le SCN 1993 (une colonne incluse en tant qu'élément de la valeur de l'offre).</p>
11. Tourisme émetteur	Le tourisme émetteur est le tourisme de visiteurs résidents en dehors du territoire économique du pays de référence.	Le tourisme émetteur comprend les activités d'un visiteur résident en dehors du pays de référence, dans le cadre soit d'un voyage relevant du tourisme émetteur, soit d'un voyage relevant du tourisme interne.
12. Tableau 7, Emploi dans les industries du tourisme	Inclut les postes par situations dans la profession et personnes salariées.	Inclut le nombre des postes de travail, d'heures travaillées et de postes équivalents plein-temps, par situations dans la profession.
13. Tableau 8, Formation brute de capital fixe du tourisme des industries du tourisme et des autres industries	L'infrastructure essentiellement destinée au tourisme n'est pas incluse.	L'infrastructure principalement destinée au tourisme est incluse mais seulement lorsque cela est praticable; la ventilation par produit est revue.
14. Tableau 9, Consommation touristique collective par produit et niveau d'administration	La consommation touristique collective est présentée de manière ambiguë selon la Classification des fonctions des administrations publiques (COFOG).	<p>La consommation touristique collective fait seulement partie des dépenses publiques pour le tourisme.</p> <p>La consommation touristique collective est présentée selon la Classification centrale de produits (CPC), version 2.</p>
15. Utilité d'un CST pour la mesure des impacts économiques du tourisme	Ambiguïté dans les relations entre le CST et l'analyse d'impact.	Le CST mesure la contribution économique directe du tourisme dans l'économie de référence en réponse à la consommation intérieure du tourisme. Ainsi, il ne peut mesurer les effets directs totaux du tourisme car il exclut la contribution des autres composantes de la demande touristique intérieure totale.

Annexe 2

Relations entre le Compte satellite du tourisme et le cadre central du *Système de comptabilité nationale 2008*

Le *Système de comptabilité nationale 2008* (SCN 2008) permet une grande souplesse dans la conception de comptes satellites à orientation fonctionnelle, l'objectif de ceux-ci étant de se concentrer sur des aspects précis d'un domaine économique en échappant à certaines contraintes du cadre central. En conséquence, pour un domaine déterminé, plusieurs conceptions seraient possibles, qui mettent l'accent sur différents aspects considérés comme présentant un intérêt plus particulier; c'est le cas du tourisme.

Le produit intérieur brut (PIB) est généralement tenu pour l'agrégat central permettant de mesurer la performance économique d'une activité productive. Lors de l'élaboration du cadre du Compte satellite du tourisme, le premier objectif poursuivi était d'offrir une mesure globale du tourisme, activité économique complexe, qui serait facile à comparer au PIB et à la valeur ajoutée brute d'autres activités productives ou industries. De fait, un des premiers soucis des créateurs du Compte satellite du tourisme a été de fournir une évaluation fiable de l'importance du tourisme, un agrégat ayant fait l'objet d'une forte demande parmi les administrations nationales du tourisme qui avaient besoin d'une mesure objective de leur domaine de compétence afin d'obtenir une reconnaissance.

On ne trouvera pas ci-après une description exhaustive des relations entre le CST et le SCN 2000 mais plutôt, à l'intention du lecteur moyen, un aperçu des principaux concepts qu'utilise le CST, indiquant quand et comment ils se rapportent à ceux du cadre central du SCN 2008.

Frontière de la production

Dans la description du tourisme comme activité économique productive, il a fallu employer la même frontière de la production et la même définition du processus de production et de la valeur ajoutée que dans le cadre central du SCN 2008 afin d'être en mesure d'exprimer l'importance du tourisme en utilisant le même repère. À l'exception des services d'hébergement pour compte propre et des services de personnel rémunéré, aucune imputation pour les services fournis au sein d'un ménage pour compte propre n'a donc été possible dans ce contexte restrictif puisqu'ils ne sont pas considérés dans les limites de la production du SCN 2008, même s'il est reconnu que cette imputation pourrait présenter quelque intérêt pour comparer les coûts relatifs de l'utilisation de biens de consommation durables possédés individuellement et de location de service ou de biens semblables auprès d'entreprises. Cela dit, pour les pays où l'utilisation de la voiture personnelle est courante pour les déplacements touristiques, il est recommandé de faire une estimation supplémen-

taire spéciale de ces services pour présenter autrement les comptes, mais en dehors du cadre de la comparaison internationale et de la comparaison avec les estimations nationales du PIB.

Consommation

Pour ce qui est de la distinction entre dépenses de consommation finale et dépenses de consommation intermédiaire, il a toutefois été nécessaire de s'écarter des recommandations du cadre central du SCN 2008 en raison de l'importance du tourisme d'affaires, qui ne peut être mis de côté et pour lequel les producteurs couvrent souvent directement les dépenses de leurs employés. Il est proposé dans le CST une classification double, non homogène, de ce qu'on appelle les « dépenses touristiques des unités productives ». Celles-ci se rapportent aux dépenses encourues par les producteurs qui bénéficient aux visiteurs mais sont classées comme consommation intermédiaire dans le cadre central de la comptabilité nationale. Elles s'appliquent aux dépenses de transport et d'hébergement des salariés en voyage d'affaires et à toutes les dépenses encourues par les invités d'une entité productive pendant un voyage et couvertes par cette entité [invitations à des événements sportifs ou culturels pour le compte d'un partenaire commercial (client ou prestataire)]. Aux fins du CST, lorsque l'on examine l'activité des visiteurs, ces dépenses touristiques des producteurs sont considérées comme faisant partie de la consommation touristique et comme ne différant pas, dans leur essence, des dépenses de consommation que le SCN 1993 considère comme des dépenses de consommation finale des ménages en tant que visiteurs. Néanmoins, lors du calcul de la valeur ajoutée brute des industries, il existe une classification double : d'une part, cette dépense correspond à une consommation intermédiaire et sa valeur est soustraite de la valeur totale de la production pour le calcul de la valeur ajoutée brute directe des industries correspondantes comme coût de production; d'autre part, cette dépense fait partie de la consommation du tourisme et, en tant que telle, engendre une demande de tourisme, laquelle demande crée à son tour la valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT).

Traitement de types novateurs de propriété de maison de vacances

Lors de la préparation des *Orientations générales pour l'élaboration d'un Compte satellite du tourisme*¹⁶, la question des arrangements de multipropriété concernant la propriété de maisons de vacances a été analysée et certaines solutions ont été proposées. D'autres consultations avec le secteur privé et avec les pays ont eu lieu, qui ont abouti à de nouvelles analyses et de nouvelles propositions. Ce thème a été repris par le Groupe de coordination interorganisations des statistiques de tourisme, ainsi que par le Groupe d'experts des classifications économiques et sociales internationales. Compte tenu du fait que la terminologie actuellement utilisée de la multipropriété se réfère à différentes situations que l'on peut regrouper en trois grandes classes dotées de caractéristiques économiques distinctes — a) propriété acquise par acte officiel; b) type de propriété « droit d'utilisation »; et c) système d'adhésion —, différentes solutions doivent être proposées pour leur traitement dans la comptabilité nationale et la balance des paiements. Parce que le cadre du Compte satellite du tourisme se réfère seulement aux opérations sur les biens et services, une unique solution pour ce champ restrictif a été proposée, de la manière suivante :

¹⁶ Organisation mondiale du tourisme. *Orientations générales pour l'élaboration d'un Compte satellite du tourisme : Mesure de la demande touristique totale*, Madrid, 2000.

- Les droits d'utilisation des services relatifs à la multipropriété (linge de maison, nettoyage, etc.) par les propriétaires sont incluses dans les dépenses touristiques;
- Les dépenses de fonctionnement quotidiennes (services de gestion immobilière et autres paiements courants, comme les taxes immobilières) n'entrent pas dans les dépenses de consommation du tourisme étant donné qu'elles sont imputées à l'activité productive associée à la propriété;
- Les dépenses dans les grandes améliorations (évaluations spéciales, représentant des paiements supplémentaires effectués pour faire face aux dépenses spécifiques visant à améliorer et étendre la durée de vie du bien matériel) sont également exclues de la consommation du tourisme et entreraient dans l'augmentation des droits du propriétaire, quelle que soit l'analyse de ces droits (sur un bien matériel, un actif financier, ou un bien incorporel produit ou non produit);
- Les services d'échange et de vente de multipropriétés correspondraient à l'aspect « propriétaire immobilier » de l'arrangement, et non pas tant au « consommateur », et seraient exclus de la consommation du tourisme.

Traitement des objets de valeur et dépenses touristiques de valeur unitaire importante

Dans le cas des achats directs effectués par les résidents à l'étranger et des achats directs effectués par les non-résidents dans l'économie, le *Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale*, sixième édition (MBP6), projet d'avant-tirage (décembre 2008) et le SCN 2008 incluent les achats de n'importe quel bien de valeur dont le montant excède la limite douanière du commerce des marchandises, et ainsi excluent cette achat du poste «Voyages» (balance des paiements) ou de l'ajustement territorial (SCN).

Les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* et le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* incluent l'achat des objets de valeur au sein des dépenses touristiques (et ainsi dans la consommation du tourisme) et ne font aucune exception à ce traitement sur la base de la valeur unitaire du bien acheté (ces exceptions, telles que formulées, ne garantissant pas l'uniformité de traitement entre les pays). Cela tient compte de l'importance de ces achats comme moteur du tourisme dans certains endroits et par certaines catégories de visiteurs.

Groupements de produits et d'établissements

Le Compte satellite du tourisme utilise les groupements de produits et d'établissements qui diffèrent de ceux utilisés par les pays dans leurs tableaux des ressources et des emplois selon le SCN 2008, bien qu'ils soient extraits des nomenclatures approuvées au niveau international, [Classification centrale de produits (CPC), version 2 pour les produits, la Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (CITI), révision 4 pour les activités], dans la mesure où le présent *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* se concentre principalement sur les produits caractéristiques du tourisme et les industries du tourisme. En général, cette optique différente est sans effet sur les totaux

et n'a d'influence que sur les ventilations par produit ou industrie (voir l'analyse liée aux services de réservation à l'annexe 3).

Valeur ajoutée brute directe du tourisme

Pour terminer, il convient de souligner que la valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT), agrégat utilisé dans le Compte satellite du tourisme pour mesurer la taille du tourisme, ne correspond pas à la valeur ajoutée brute de n'importe quel ensemble d'unités de production développant des processus de production similaires, comme dans le cas des mesures effectuées dans le cadre central du SCN 2008. La VABDT se définit comme partie de la valeur ajoutée brute générée dans l'économie par les industries du tourisme et autres industries servant directement les visiteurs dans leur offre de biens et de services en réponse à la consommation du tourisme intérieur. Cet agrégat peut être généré en partie par les industries du tourisme, et en partie également par les autres industries. La valeur ajoutée brute des industries du tourisme (VABIT) ne fait pas entièrement partie de la VABDT puisque ces industries peuvent également servir des non-visiteurs, de la même manière que les industries autres que celles du tourisme peuvent servir des visiteurs et ainsi engendrer une partie de la VABDT.

Annexe 3

Enregistrement séparé des services de réservation

Dans les statistiques du tourisme, et en particulier dans le Compte satellite du tourisme, les services généralement fournis par les agences de voyage, les voyagistes et autres prestataires de services de réservation (section 8 de la Classification des produits; par. 3.10) doivent être traités séparément du reste des services de consommation du tourisme qui sont achetés via leur intermédiation. Ce principe découle de l'idée qu'il est légitime de considérer les prestations de services de réservation comme des activités caractéristiques du tourisme, de sorte que le Compte satellite du tourisme devrait les représenter comme fournissant un service directement aux visiteurs. En outre, il est nécessaire de mesurer tous les services de réservation de la même manière, indépendamment du mode effectif de rémunération de ces services (marges bénéficiaires, droits ou commissions) (voir IRTS 2008, par.6.47 à 6.52).

Ainsi, la production des services de réservation mesurée à partir de la *marge brute* qu'ils génèrent doit être considérée comme achetée séparément par leurs utilisateurs, et la valeur du reste des services de consommation du tourisme achetés via ceux-ci doit être établie « nette » de cette marge brute.

Il résulte de cet ajustement que non seulement la ventilation de la consommation du tourisme par les visiteurs par produit est modifiée, mais également la valeur globale de la consommation du tourisme interne, de la consommation du tourisme émetteur et de la consommation du tourisme récepteur, en raison des différents pays de résidence des prestataires de services de réservation, des prestataires de services intermédiés et des visiteurs.

Même si les valeurs de la consommation des tourisms interne, émetteur et récepteur sont modifiées, la valeur nette des transactions entre résidents et non-résidents ne change pas, dans la mesure où une baisse de la consommation du tourisme émetteur [cas A, *b*] est compensée par une baisse des exportations de services de réservation (consommés par les transporteurs non résidents), et une baisse de la consommation du tourisme récepteur [cas A, *d*] est compensée par une baisse des importations des services de réservation (consommés par les transporteurs résidents), etc.

Deux situations distinctes sont possibles et sont décrites dans les sections ci-après : celle des agences de voyage et des autres prestataires de services de réservation (cas A, où certains exemples sont signalés), et celle des voyagistes (cas B).

A. Agences de voyage et autres prestataires de services de réservation

Afin de faciliter la présentation, on peut supposer que le service acheté correspond au transport aérien international et que, selon les méthodes comptables en vigueur, le transporteur achète le service de l'agence de voyage qui reçoit une commission. Le transport aérien international est ainsi acheté par le visiteur auprès du

transporteur à un prix qui inclut le montant de la commission consentie par le transporteur à l'agence de voyage.

a) Le visiteur, l'agence de voyage et le transporteur sont tous résidents du pays A

Selon les principes comptables en vigueur, le visiteur achète le transport aérien auprès du transporteur, qui est résident du même pays que le visiteur : il s'agit d'une opération résident/résident qui entrerait dans la consommation du tourisme interne.

En cas d'application du principe d'enregistrement séparé des services de réservation, le visiteur achète alors un service de réservation auprès de l'agence de voyage (opération résident/résident) et un service de transport aérien auprès du transporteur (opération résident/résident) : les deux entrent dans la consommation du tourisme interne.

La seule différence entre les méthodes comptables en vigueur et l'enregistrement dans le Compte satellite du tourisme réside dans une ventilation différente par produit. Dans les deux cas, l'ensemble de la consommation par le visiteur entre dans la consommation du tourisme interne.

b) Le visiteur et l'agence de voyage sont résidents du pays A, le transporteur est résident du pays B

Selon les principes comptables en vigueur, le visiteur achète le transport aérien auprès du transporteur, qui est un non-résident du pays A : pour le pays A, il s'agit d'une opération résident/non-résident qui entrerait dans la consommation du tourisme émetteur.

En cas d'application du principe d'enregistrement séparé des services de réservation, alors pour le pays A, le visiteur achète un service de réservation auprès de l'agence de voyage (opération résident/résident) et un service de transport auprès du transporteur (opération résident/non-résident) : le visiteur achète désormais deux services, dont l'un entre dans la consommation du tourisme interne et l'autre dans la consommation du tourisme émetteur. La somme de ces deux valeurs représente le montant payé total.

La méthode utilisée modifie les valeurs de la consommation du tourisme interne et de la consommation du tourisme émetteur; les méthodes comptables en vigueur inclut la totalité du montant payé pour la consommation du tourisme émetteur pendant le transport, tandis que cette valeur, dans le Compte satellite du tourisme, serait divisée en deux composantes : la première étant la consommation du tourisme émetteur durant le transport pour la valeur payée par le visiteur, nette de la marge brute de l'agence de voyage, et la deuxième entrant dans la consommation du tourisme interne correspondant à l'achat des services de réservation.

c) Le visiteur est résident du pays A; le transporteur et l'agence de voyage sont résidents du pays B

Selon les principes comptables en vigueur, le visiteur achète le transport aérien auprès du transporteur, qui est un non-résident du pays A : pour le pays A, il s'agit d'une opération résident/non-résident entrant dans la consommation du tourisme émetteur.

En cas d'application du principe d'enregistrement séparé des services de réservation, alors, pour le pays A, le visiteur achète un service de réservation auprès de l'agence de voyage (opération résident/non-résident) ainsi qu'un service de transport aérien auprès du transporteur (opération résident/non-

résident) : le visiteur achète désormais deux services, qui entrent tous les deux dans la consommation du tourisme émetteur. La méthode utilisée ne modifie pas la valeur de la consommation du tourisme émetteur car, pour le pays A, l'agence de voyage et le transporteur sont tous les deux non-résidents;

- d) Le visiteur et l'agence de voyage sont résidents du pays B, le transporteur est résident du pays A

Selon les principes comptables en vigueur, pour le pays A, le visiteur (un non-résident du pays A) achète un service de transport aérien auprès du transporteur, qui est résident du pays A : pour le pays A, il s'agit d'une opération non-résident/résident qui entre dans la consommation du tourisme récepteur.

En cas d'application du principe d'enregistrement séparé des services de réservation, alors, pour le pays A, le visiteur achète un service de réservation auprès de l'agence de voyage (opération non-résident/non-résident) ainsi qu'un service de transport auprès du transporteur (opération non-résident/résident) : le visiteur achète désormais deux services, l'un étant exclu des comptes du tourisme du pays A (opération non-résident/non-résident entrant dans la consommation du tourisme interne du pays B mais n'ayant pas d'effet sur l'économie du pays A) et l'autre entrant dans la consommation du tourisme récepteur du pays A.

- e) Le visiteur est résident du pays B; l'agence de voyage et le transporteur sont résidents du pays A

Selon les principes comptables en vigueur, pour le pays A, le visiteur (un non-résident du pays A) achète un service de transport aérien auprès du transporteur, qui est un résident du pays A : pour le pays A, il s'agit d'une opération non-résident/résident qui entre dans la consommation du tourisme récepteur.

En cas d'application du principe d'enregistrement séparé des services de réservation, alors, pour le pays A, le visiteur achète un service de réservation auprès de l'agence de voyage (opération non-résident/résident) ainsi qu'un service de transport aérien auprès du transporteur (opération non-résident/résident) : le visiteur à présent achète deux services, qui tous les deux relèvent de la consommation du tourisme récepteur. La méthode utilisée ne modifie pas la valeur de la consommation du tourisme récepteur mais seulement sa ventilation par produit.

D'autres cas peuvent être considérés, mais le type d'analyse ne change pas : il est nécessaire de déterminer clairement les pays de résidence du visiteur, du prestataire des services de réservation et des prestataires des services intermédiés.

Les résultats sont récapitulés dans le tableau de la page suivante, qui examine le transport international comme exemple des autres services qui peuvent être intermédiés.

B. Voyagistes

L'évaluation des circuits à forfait appliquant le principe de l'évaluation séparée des services de réservation et de ceux de l'organisateur du forfait suppose que tous les services regroupés dans un forfait soient considérés comme étant acquis séparément par le visiteur, notamment les services du voyageur et de l'agence de voyage via lesquels l'achat est effectué. Dans le cas d'un forfait, la situation est plus complexe que ne

Présentation sommaire des effets globaux de la soustraction des services de réservation de la valeur des services qu'ils vendent dans plusieurs cas

Visiteur	Pays de résidence		Cas commenté	Enregistrement classique pour le pays A	Effet de la soustraction des services de réservation
	Prestataire des services de réservation	Prestataire du service intermédié (ex. : transport international)			
A	A	A	(a)	Consommation du tourisme interne : transport international total	Consommation du tourisme interne : ventilation différente
A	A	B	(b)	Consommation du tourisme émetteur (pour le pays A) : exportation des services de réservation achetés par les transporteurs internationaux	Services de réservation dans la consommation du tourisme interne : transport international dans la consommation du tourisme émetteur (valeur nette des services de réservation)
A	B	B	(c)	Consommation du tourisme émetteur : transport international total	Consommation du tourisme émetteur : différente ventilation par produit
B	B	A	(d)	Consommation du tourisme récepteur : transport international total; importation des services de réservation achetés par le transporteur international	Services de réservation exclus de la consommation du tourisme : transport international dans la consommation du tourisme récepteur (valeur nette des services de réservation)
B	A	A	(e)	Consommation du tourisme récepteur : transport international total	Consommation du tourisme récepteur : différente ventilation par produit

le décrit la section précédente, étant donné qu'il faut non seulement considérer le pays de résidence du visiteur, de l'agence de voyage et des prestataires finaux des services de consommation touristique intermédiés, mais également celui du voyageur (l'organisateur du forfait).

Selon l'approche classique de l'enregistrement de cette opération, la question de savoir s'il s'agit d'une consommation du tourisme interne, récepteur ou émetteur dépend exclusivement du pays de résidence du visiteur et de celui de l'agence de voyage qui vend le forfait.

En cas d'enregistrement séparé des services de réservation (et de ceux des voyageurs) (comme dans le Compte satellite du tourisme), la classification des différentes transactions sur les services de l'agence de voyage, du voyageur et des prestataires des autres services de consommation touristique dépendra de leur pays de résidence par rapport à celui du visiteur. Les services de l'agence de voyage et du voyageur seront évalués sur la base de leur marge brute, et les autres services de consommation touristique seront évalués sur une base nette, de laquelle la valeur des services fournis par le voyageur sera déduite.

Annexe 4

Le traitement des biens¹⁷ et des activités du commerce de détail

¹⁷ La plupart des observations effectuées dans cette section concernent tant les biens que les objets de valeur. Par souci de simplicité, le terme « biens » désigne tant les biens que les objets de valeur.

Selon une approche propre au tourisme, l'activité productive relative aux biens achetés par les visiteurs correspond à l'activité du commerce de détail qui les met à leur disposition (voir IRTS 2008, par. 5.40). La raison en est que ni l'activité qui les produit ni les autres activités de distribution et de transport, qui mettent les biens à la disposition des détaillants, ne sont en relation directe avec les visiteurs, condition imposée aux activités à considérer comme servant directement les visiteurs (ce qui ne signifie pas qu'elles sont en contact physique avec eux). Ainsi, le traitement applicable aux biens et activités du commerce de détail dans le cadre du Compte satellite du tourisme et, en particulier, dans le calcul de la valeur ajoutée brute directe du tourisme, requiert de plus amples explications.

Même si la consommation du tourisme est essentiellement considérée comme étant liée aux services (la fourniture de nourriture et boissons par des prestataires de la restauration est considérée comme constituant des services), les visiteurs achètent de fait des biens, pour le voyage ou durant le voyage, et, dans certains cas, le shopping peut devenir l'objectif principal d'un voyage touristique. La valeur totale des biens aux prix d'acquisition par les visiteurs entre dans la consommation du tourisme.

L'analyse du tourisme examine dans un premier temps la mesure de la contribution économique directe du tourisme dans les industries au service des visiteurs qui sont géographiquement situées soit dans les lieux visités par les visiteurs soit dans leurs lieux d'origine. Il n'en va généralement pas ainsi des processus permettant de produire les biens à consommer par les visiteurs. Les effets plus généraux du tourisme sur une économie seront repris dans la mesure des incidences économiques du tourisme, analysée à l'annexe 6. C'est seulement dans ce contexte que la production et les autres activités directement au service des visiteurs seront prises en considération.

La production et la valeur ajoutée dans les tableaux des ressources et des emplois du *Système de comptabilité nationale 2008* sont évaluées aux prix de base (ainsi que les importations) tandis que les utilisations sont évaluées aux prix d'acquisition. Aussi est-il nécessaire d'ajouter à la valeur de chaque bien (apparaissant dans les lignes de ce tableau) du point de vue de l'offre (aux prix de base) deux classes d'ajustements : la première correspondant aux taxes nettes de subventions sur les produits et importations, dont la valeur est exclue de la production et des importations évaluées aux prix de base tout en étant incluse dans la valeur aux prix d'acquisition; et la seconde correspondant aux marges de transport et de distribution, représentant la valeur des services des transporteurs, grossistes et détaillants incluse dans le prix d'acquisition du bien, à savoir, le prix que doit payer l'acheteur final. Ces ajustements sont présentés sous la forme de colonnes, dont chaque case à l'intersection avec une ligne présente l'ajustement correspondant au produit apparaissant dans la ligne (taxes nettes de subventions d'une part, et services de transporteurs, grossistes et détaillants dans une ou plusieurs colonnes d'autre part). Dans le cadre de cette procédure, l'offre de chaque produit

dans l'économie (total d'une ligne) est évaluée au même prix que son utilisation, à savoir, son prix d'acquisition.

Du point de vue de la production, la valeur de la production de ces marges de transport et de distribution apparaît comme la somme de la production des différentes activités qui dégagent ces marges et, en particulier, les activités du transport (dans le cas du transport) et le secteur du commerce (dans le cas des services de grossistes et de détaillants). Dans les tableaux des ressources et des emplois, la valeur de ces services (entrant dans l'offre totale fournie par les industries intérieures dans le tableau de l'offre) correspond dans un premier temps à des lignes précises, qui sont affectées à des biens via les colonnes représentant les marges de transport et de distribution et les cases correspondantes utilisant la procédure suivante : dans la/les colonne(s) de l'offre représentant les marges, l'intersection avec les lignes concernant les secteurs produisant ces services (transport, commerce de gros et de détail) contiendra la valeur totale des services avec un signe négatif, de sorte que la valeur totale de l'offre concernant la ligne en question équivaudra à 0, car il n'existe pas d'utilisation spécifique pour ces produits en tant que tels (indépendamment des produits auxquels ils se rattachent). D'autre part, ces valeurs « transférées » à partir des activités de distribution et de transport seront affectées aux produits correspondants dans la/les colonne(s) correspondant à la marge, de sorte que le total de la colonne (marges de transport et de commerce) pour l'ensemble de l'économie équivaudra à 0.

Ainsi, il n'y aura aucun double comptage de ces marges apparaissant d'abord comme une production des industries les produisant avant d'être affectées aux biens auxquels elles correspondent.

Le tableau 6 du Compte satellite du tourisme suit le type de présentation observé dans les tableaux des ressources et des emplois. Une (ou des) colonne(s) précise(s), dans le bloc concernant l'offre, représente(nt) les marges de transport et de commerce. Elles s'appliquent seulement aux biens, à savoir, aux biens caractéristiques du tourisme propre aux pays ainsi qu'à d'autres biens [pouvant représenter une ou deux ligne(s)]. Pour toutes les autres lignes, la valeur de la case dans la colonne correspondante est 0, étant donné que les services n'engendrent pas de marges de transport et de commerce.

Ce type de présentation permet de ne plus avoir à isoler les marges comme produits distincts des biens auxquels ils correspondent au sein de la consommation du tourisme comme c'était le cas dans la présentation des tableaux du *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2000*.

Néanmoins, lors de l'établissement des *parts du tourisme*, qui sont les valeurs requises pour le calcul de la valeur ajoutée brute directe du tourisme, c'est la valeur de la marge du commerce de détail qui sera utilisée comme base de leurs calculs, étant donné que cette marge représente la valeur de la production du prestataire de services mettant les biens à la disposition du visiteur.

Pour les biens caractéristiques du tourisme, la somme totale de ces marges de commerce et de transport correspond aux marges du commerce de détail, d'une part, et aux marges des grossistes et des transports, d'autre part. Seules les marges du commerce de détail génèrent une part. Les marges des détaillants sont attribuables à l'industrie identifiée comme commerce de détail des biens caractéristiques du tourisme propre aux pays (figure 4.2), tandis que les marges des grossistes et des transports sont attribuables à d'autres industries (pas de part).

Pour les autres biens (par. 3.7), la totalité de la valeur des marges de commerce et de transport concerne les autres industries, une partie générant une part (correspondant au commerce de détail) tandis que le reste de la valeur ne génère aucune part.

Dans les deux cas, les marges du commerce de détail correspondantes sont réaffectées aux secteurs qui ont produit ces marges (commerce de détail) selon la même procédure que celle utilisée lors de l'établissement des tableaux des ressources et des emplois du *Système de comptabilité nationale 2008*.

Les parts du tourisme seront établies seulement sur la base des marges produites par les activités de commerce de détail, caractéristiques ou non du tourisme. La valeur restante des biens achetés par les visiteurs est considérée comme ne générant ni de parts du tourisme ni de la valeur ajoutée brute directe du tourisme mais seulement des effets indirects (annexe 6).

Il importe de signaler la possibilité, dans le cadre de la comptabilité nationale selon les recommandations du *Système de comptabilité nationale 2008* s'appliquant à l'établissement des tableaux des ressources et des emplois, de ventiler la valeur des biens aux prix d'acquisition selon leur valeur de base (valeur des biens au moment où ils quittent le producteur, nette de taxes sur les produits), les taxes nettes cumulées sur les produits (part des prix d'acquisition des biens) et les marges de commerce et de transport correspondantes (valeur nette des taxes sur les produits) générées au cours des différents processus entre la vente par le producteur et la vente à l'acheteur final. Dans ce cas, la mesure de la consommation du tourisme selon des types similaires de règlements ne doit pas être entravée par des considérations de données.

Les pays qui utilisent, dans leur calcul de la valeur ajoutée brute directe du tourisme (VABDT) ou du produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT), la valeur ajoutée de toutes les activités participant à l'offre des biens plutôt que de limiter leur part à la marge du commerce de détail doivent fournir une estimation de l'incidence de cette méthode sur le résultat. En particulier, la valeur ajoutée associée à l'activité du commerce de détail doit être identifiée séparément. Cela faciliterait la comparabilité internationale des estimations.

Annexe 5

Listes proposées de biens de consommation durables à finalité touristique unique, d'articles entrant dans la formation brute de capital fixe du tourisme et de produits non marchands liés à la consommation touristique collective

A. Biens de consommation durables à finalité touristique unique

La liste proposée des biens de consommation durables à finalité touristique unique est souple. Les pays avec ou sans hiver, ou bien les pays où des activités aquatiques sont réalisables dans l'environnement habituel peuvent, par exemple, utiliser des listes différentes de biens de consommation durables à finalité touristique unique. Pour cette raison, la liste contient deux catégories distinctes de biens de

Liste des biens de consommation durables à finalité touristique unique

Produits ^a	CPC Ver. 2	Tous les pays	Optionnel
Avions et dirigeables	49611, 49622	Oui	
Autocaravanes ou véhicules de loisir	49113, 49222	Oui	
Camping-cars (par exemple spécialement équipés pour le voyage)	49222	Oui	
Caravanes classiques et tentes-caravanes	49222	Oui	
Bagages	29220	Oui	
Matériel de camping (tentes, sacs de couchage, réchauds de camping, etc.).	27160, 27180, 36990	Oui	
Autres équipements récréatifs et sportifs ^b			
Bateaux à moteur, moteurs hors-bord et remorques pour bateaux	49490, 49229, 43110	Oui	
Motomarines	49490		Oui
Bateaux à voiles avec ou sans moteur auxiliaire, yachts	49410, 38420		Oui
Canoës, kayaks, et planches à voile, accessoires compris	49490, 38420, 38440		Oui
Équipement de ski (skis, bottes de ski, anoraks et combinaisons et ensembles de ski, etc.)	29420, 38440		Oui
Équipements de chasse et de pêche sportive	29420, 38440		Oui
Matériel de plongée sous-marine	38420		Oui
Skis nautiques et autres équipements pour la pratique des sports nautiques	38420		Oui
Matériel d'escalade/de promenade/de randonnée	29420		Oui
Matériel de tennis ou de golf	38440		Oui

^a La plupart de ces produits entrent dans les sous-classes indiquées de la CPC.

^b À établir et compléter par chaque pays selon sa propre situation. Les articles sont indiqués à titre d'illustrations.

consommation durables à finalité touristique unique : ceux généralement communs à tous les pays et ceux qu'un pays peut inclure du fait de ses particularités.

Afin d'offrir des listes distinctes pour différents pays, une catégorie « autres équipements récréatifs et sportifs » est proposée mentionnant les activités propres aux pays, avec pour ceux-ci la possibilité d'y préciser leurs propres produits. Par exemple, certains pays incluraient les skis, d'autres les skis nautiques, et d'autres encore les raquettes de tennis et les clubs de golf. La prise en compte de la catégorie « Autres équipements récréatifs et sportifs » serait toutefois commune à tous les pays.

B. Formation brute de capital fixe du tourisme

La formation brute de capital fixe du tourisme comprend trois catégories (par. 2.46) :

- a) Actifs fixes spécifiques du tourisme (répartis en cinq sous-catégories);
- b) Investissements par les industries du tourisme dans les actifs fixes non spécifiques du tourisme;
- c) Infrastructures liées au tourisme (non reprises dans le tableau recommandé).

Un poste pour mémoire est également proposé qui inclut les actifs non financiers non produits acquis par les industries du tourisme, corporels et incorporels, tels que les terrains, ceux portant les bâtiments et structures et les terrains de loisir, ainsi que les brevets et baux et autres contrats négociables.

Les articles sont classés en référence aux définitions et classifications des actifs du *Système de comptabilité nationale 2008* (voir SCN 2008, chap. 10).

Comme dans le cas des biens de consommation durables à finalité touristique unique, il appartient aux pays de décider du caractère touristique de certains types d'investissements dans les actifs fixes, en particulier ceux qui ont mis en place des investissements spécifiques à cette fin précise (par exemple l'aménagement de terrains de golf, de marinas et de pistes de ski, la mise en place d'installations pour accueillir les visiteurs dans les parcs nationaux, etc.) qui sont principalement axés sur le marché du tourisme.

Au niveau international, il est difficile d'entrer dans le détail des différents articles de la CPC, Ver. 2 qui pourraient correspondre à chacune des catégories qui sont proposées ici. Toutefois, les pays sont encouragés, lorsqu'ils établissent le tableau sur la formation brute de capital fixe du tourisme, à présenter le détail des catégories de la CPC, Ver. 2 qui sont incluses, dans la mesure du possible.

Selon le *Système de comptabilité nationale 2008*, les principales sous-catégories des actifs fixes spécifiques du tourisme sont les suivantes :

I. Actifs fixes spécifiques du tourisme
1. Hébergement des visiteurs
1.1. Hôtels et autres structures d'hébergement des visiteurs
1.2. Maisons de vacances en pleine propriété
1.3. Maisons de vacances sous d'autres types de propriété
2. Autres bâtiments et structures non résidentiels propres aux industries du tourisme
2.1. Restaurants et bâtiments similaires assurant des services de restauration
2.2. Bâtiments et infrastructures pour le transport de voyageurs sur de longues distances
2.3. Bâtiments destinés à des services culturels et assimilés principalement à l'usage des visiteurs
2.4. Constructions réservées aux sports, loisirs et divertissements
2.5. Autres constructions et structures

3. Matériel de transport de voyageurs à des fins touristiques
3.1. Par voie terrestre (y compris routes et chemins de fer)
3.2. Par voie maritime
3.3. Par voie aérienne
4. Autres machines et équipements spécialisés pour la production des produits caractéristiques du tourisme
5. Aménagements de terrains utilisés à des fins touristiques

Leur contenu suit les lignes directrices suivantes :

1. Hébergement des visiteurs
 - 1.1. *Hôtels et autres structures d'hébergement des visiteurs* : hôtels, motels, auberges, auberges de jeunesse, refuges de montagne, terrains de camping, camps et villages de vacances, chambres d'hôte, etc.
 - 1.2. *Maisons de vacances en pleine propriété* : tous les types de logements utilisés comme maisons de vacances et dont le ménage a la pleine propriété.
 - 1.3. *Maisons de vacances sous d'autres types de propriété* : tous les actifs utilisés pour les autres types de propriété de maison de vacances, tels que multipropriété, propriété fractionnée, hôtels résidences, etc.
2. Autres bâtiments et structures non résidentiels propres aux industries du tourisme
 - 2.1. *Restaurants et bâtiments similaires assurant des services de restauration* : restaurants, cafés, bars et self-services (boîtes de nuit, discothèques, etc.).
 - 2.2. *Bâtiments et infrastructures servant au transport longue distance de passagers par voies terrestre, maritime et aérienne* : terminaux pour passagers, lignes électriques pour les voies ferrées longues distances en particulier pour le transport de voyageurs, installation de postes d'amarrage et de mouillage pour les transbordeurs à passagers ou les bateaux de croisière, etc.
 - 2.3. *Bâtiments destinés à des services culturels et assimilés principalement à l'usage des visiteurs* : restauration des monuments historiques, des sites touristiques, etc.
 - 2.4. *Constructions réservées aux sports, loisirs et divertissements*, pour les activités de loisir, principalement en-dehors de l'environnement habituel : construction de piscines ou de tout autre équipement récréatif à l'intention des clients d'hôtel ou de stations touristiques, construction de zoos et de parcs d'attraction, de stations de ski, de marinas, de parcours de golf, etc.
 - 2.5. *Autres constructions et structures*.
3. Matériel de transport de voyageurs
 - 3.1. *Moyens de transport terrestre* : a) transports par route (bus interurbains, autocars d'excursion, etc.); et b) transport ferroviaire de passagers (locomotives, trains diesel, wagons de passagers à l'exception des trains de banlieue, etc.).
 - 3.2. *Moyens de transport maritime* : transbordeurs à passagers et véhicules, bateaux de croisière, yachts, etc.
 - 3.3. *Moyens de transport aérien* : avions, planeurs et deltaplanes, montgolfières d'observation et dirigeables, véhicules de transport de bagages, hélicoptères, etc.
4. Autres machines et équipements spécialisés pour la production des produits caractéristiques du tourisme

Tous les biens d'équipement non inclus dans les autres rubriques et associés spécifiquement à la fourniture de services aux visiteurs par les industries du tourisme, tels que les équipements pour la préparation industrielle des repas dans les restaurants, les équipements spéciaux des terminaux pour passagers, les équipements et le mobilier des hôtels et des restaurants, les équipements de sport, etc. Les biens de consommation durables acquis par les visiteurs sont exclus de cette catégorie.

5. Aménagements de terrains utilisés à des fins touristiques

Récupération de terres sur la mer grâce à la construction de digues, murs de soutènement ou barrages, nettoyage écologique des forêts, etc., dans le but que ces terrains puissent ensuite être utilisés à des fins touristiques.

C. Consommation touristique collective

Les pays peuvent classer la production publique des services collectifs non marchands liés au tourisme dans la sous-classe ci-après de la CPC Ver. 2 :

- 85561 Services de promotion du tourisme
- 85562 Services d'information des visiteurs
- 91135 Services administratifs de soutien au commerce, à l'hôtellerie et à la restauration
- 91136 Services administratifs de soutien et de tourisme
- Partiellement pour :
 - 83700 Services d'études de marchés et de sondage d'opinion
 - 91260 Services de police et de protection civile
 - 92919 Autres services d'enseignement et de formation, n.c.a.
 - 92920 Services d'appui éducatif

Les pays sont encouragés à enrichir cette liste d'autres propositions.

Annexe 6

La mesure des incidences économiques du tourisme

Le tourisme, défini comme ensemble des activités entreprises par les visiteurs, pour et durant les visites, génère directement et indirectement une hausse de l'activité économique dans les lieux visités (et au-delà), en raison principalement de la demande de biens et services devant être produits et fournis. Un intérêt considérable existe pour la mesure des incidences de cette activité économique accrue, soit sur un pays dans son ensemble soit sur une région, soit même sur une destination locale.

Les études d'impact économique visent à mesurer les avantages économiques, à savoir l'augmentation nette de la richesse des résidents procurée par le tourisme, mesurée en termes monétaires, en sus des niveaux atteints en son absence. Cette évolution de la richesse peut se produire non seulement via l'accroissement des flux de revenus procurés aux ménages, mais également via la variation de la valeur nette induite par la variation de la valeur marchande (positive ou négative) des actifs existants, aussi bien produits que non produits, suite à l'évolution induite de la demande de ces types d'actifs.

Abstraction faite de la variation de la valeur nette, la variation du revenu résultant des réponses des producteurs à la demande additionnelle liée aux visiteurs peut s'estimer via différents indicateurs interdépendants qui peuvent être formulés en utilisant le Compte satellite du tourisme combiné avec les autres types d'instruments et qui correspondent à la valeur ajoutée, l'emploi, la rémunération des salariés, le revenu brut des entreprises, les recettes publiques, etc.

En termes d'analyse entrées-sorties, trois différents types d'effets sont définis : directs, indirects et induits.

Les *effets directs* tiennent seulement compte des effets immédiats de la demande additionnelle (consommation intérieure du tourisme ou demande touristique intérieure totale) sur les processus de production et l'offre de biens et services en termes de biens et services additionnels, ainsi que de valeur ajoutée additionnelle et de ses composantes.

Le Compte satellite du tourisme en tant que tel permet seulement de mesurer les effets directs de la consommation sur la production ainsi que la valeur ajoutée des industries du tourisme et des autres industries qui les servent (ainsi que l'indique le terme « direct » dans « valeur ajoutée brute directe du tourisme » et « produit intérieur brut direct du tourisme »). Néanmoins, si seule la consommation intérieure du tourisme est mesurée, les effets directs ne sont pas tous pris en considération (par. 4.101).

Afin de servir les visiteurs, les activités productives nécessitent des intrants supplémentaires : par exemple, les restaurants doivent acheter et préparer plus de nourritures, les hôtels ont besoin de plus de fournitures d'entretien ménager et de services publics, les centres aquatiques consomment davantage de produits de nettoyage et d'eau, les sociétés de transport doivent acheter plus d'essence, de carburant et de pièces

détachées, etc. Souvent, un investissement direct additionnel est requis pour servir des clients supplémentaires : un surcroît de routes, d'hôtels, de restaurants, de plages doit être mis en place et nettoyé, etc. Les dépenses initiales des visiteurs entraînent un cycle de demande accrue en biens et services nécessaires pour satisfaire la demande de visiteurs en biens et services. Ces biens d'équipement et intrants intermédiaires doivent être produits ou importés, ce qui, à son tour, induit une chaîne de demande additionnelle de divers facteurs de production (à savoir les intrants, la main-d'œuvre et le capital), phénomène qui s'étend via différents cycles jusqu'à ce qu'il soit épuisé par les fuites (voir ci-dessous). Cette chaîne d'effets rendant possibles les activités directement au service des visiteurs est appelée les *effets indirects* de la demande des visiteurs.

La chaîne des effets indirects de la consommation du tourisme sur les autres industries est due aux *liaisons* des industries servant le tourisme avec les autres industries qui fournissent à celui-ci des biens d'équipement et intrants intermédiaires, aux liaisons de ces industries avec les autres industries qui les fournissent et ainsi de suite. L'ensemble de ces effets génère un surcroît de valeur ajoutée, d'emplois, de rémunération des salariés, d'impôts, de recettes, etc.

En outre, la hausse des revenus distribués à la main-d'œuvre ainsi qu'aux propriétaires des capitaux productifs résultant d'une demande additionnelle des visiteurs génère une demande accrue en biens et services via une hausse de la consommation des ménages. Cette demande supplémentaire génère une chaîne d'*effets induits* sur de multiples biens et services.

L'ensemble des incidences économiques du tourisme sur l'économie constitue une combinaison des effets directs, indirects et induits et peut être établi pour différents types de variables économiques.

Les *liaisons* et les *fuites* constituent deux phénomènes qui ont besoin d'être clairement identifiés dans une économie, leur intensité ayant des conséquences majeures sur l'amplitude et l'emplacement des incidences économiques liées à la demande de tourisme.

Liaisons

Les statisticiens des industries dans le monde sont encouragés à préparer des tableaux entrées-sorties, dont l'objectif est précisément de représenter l'interdépendance (les *liaisons*) des différents processus de production dans une économie. Le tableau des ressources et des emplois figurant dans la comptabilité nationale d'un pays, lorsque ce dernier suit les recommandations du *Système de comptabilité nationale 2008*, est un type de tableau entrées-sorties.

Fuites

Les fuites se produisent lorsqu'une partie de la demande additionnelle engendrée par le tourisme ainsi que les recettes qu'elle procure, au lieu d'être retenues par l'économie visitée, sont appropriées par les autres économies sous la forme d'importations de biens et services en réponse aux besoins des touristes, ou bien via d'autres formes de distribution et redistribution du revenu primaire généré par les dépenses des visiteurs.

Les fuites s'étendent également au deuxième cycle ainsi qu'aux cycles ultérieurs du processus de production. Autrement dit, elles incluent non seulement les importations considérées comme étant axées sur la consommation directe des visiteurs, l'investissement dans le tourisme ou la consommation (intrants) intermédiaire pour les services directement proposés aux visiteurs ou pour la production de biens d'équipement du tourisme (premier cycle), mais également les intrants importés et les actifs

fixes brutes nécessaires pour la production de ces intrants et des biens d'équipement (deuxième cycle) puis les intrants requis pour la production de ces intrants et biens d'équipement, etc.

Elles couvrent également les flux liés à la distribution et redistribution des revenus, ainsi que la mobilisation des revenus intérieurs en vue de couvrir le surcroît de dépenses de consommation finale pouvant s'étendre aux biens importés. La somme de toutes ces importations additionnelles à destination de l'économie en question et des sorties de recettes sera appelée « fuites indirectes » et sort du cadre de nombreuses études.

Méthodes utilisées pour estimer les effets indirects et induits du tourisme

Les méthodes utilisées sont approximativement de trois types :

a) Modèles s'appuyant sur l'analyse entrées-sorties

Un tableau entrées-sorties est un cadre matriciel généralement utilisé pour fournir une information détaillée et organisée de manière cohérente sur le flux des biens et services ainsi que sur la structure des coûts de production. Toutes les composantes de la demande finale sont signalées par produit ou industrie d'origine, et la consommation intermédiaire est signalée aussi bien par produit ou industrie d'origine que par produit ou industrie de destination.

L'utilisation d'un tableau entrées-sorties permet d'exprimer la relation technique entre la production par produit ou activité (aux prix de base) et la consommation intermédiaire par produit ou activité (aux prix d'acquisition) sous la forme d'un coefficient technique, et d'établir une matrice de coefficients techniques dans laquelle chaque case représente la valeur requise de l'entrée i pour la production d'une valeur unitaire de sortie j .

Pour tenir compte des fuites, il est nécessaire de différencier les biens et services de consommation et les intrants et les biens d'équipement produits au niveau local de ceux qui sont importés car les composantes importées ne génèrent pas une chaîne de production intérieure.

L'utilisation de modèles basés sur les relations entrées-sorties suppose différentes hypothèses qui ne sont pas toujours réunies, en particulier :

- Une relation linéaire entre les intrants et les produits, exprimée via la matrice de coefficients techniques;
- Une stabilité relative de ces coefficients techniques sur la durée, la plupart des pays les observant seulement de temps en temps;
- Une stabilité des parts de biens et services produits au niveau local et de biens et services produits à un niveau non local (originaires d'un autre pays ou d'une autre région du même pays), autrement dit pas de substitution entre les origines des produits.

Dans le cas du tourisme, l'application de modèles entrées-sorties se trouve compliquée par le fait que la consommation du tourisme inclut des éléments qui n'entrent pas dans la demande finale mais dans la consommation intermédiaire des activités mises en œuvre par les producteurs résidents.

Les calculs basés sur ces types de modèles nécessitent de recourir aussi bien à un compte satellite du tourisme développé qu'à un système de comptabilité nationale développé. En outre, ce système doit intégrer non seulement un tableau détaillé des res-

sources et des emplois, mais également un tableau permettant d'identifier séparément la composante importée de chacune des cases représentant les intrants de toutes les industries, ainsi que de la consommation du tourisme intérieur (demande touristique intérieure totale). Il serait également nécessaire d'identifier, dans la formation brute de capital fixe du tourisme, ses composantes importées.

b) *Modèles d'équilibre général calculable*

Bien que s'appuyant sur des types similaires de données et d'hypothèses, les modèles d'équilibre général calculable sont conçus pour assouplir certaines des contraintes inhérentes aux modèles entrées-sorties, en particulier les contraintes liées à la variation des prix. Avec ces types de modèles, le tableau des ressources et des emplois préparé pour une année donnée représente une situation d'équilibre entre les différentes variables du système. Le tourisme modifie certaines des variables et le modèle, en général modèle d'optimisation, calcule une nouvelle situation d'équilibre dans les conditions imposées par le vecteur de la demande de tourisme et les relations qui existent entre les différentes variables du tableau des ressources et des emplois. Ces relations sont modélisées. Elles peuvent revêtir tout type de forme et ne sont pas nécessairement linéaires. En outre, ces modèles peuvent tenir compte d'autres types de réponses à une demande accrue, notamment les effets sur les prix des intrants, le capital et la main-d'œuvre, si la capacité ne peut répondre à cette hausse à court terme.

Ces modèles complexes sont de type itératif et convergent généralement vers une solution unique, un vecteur de demande étant donné.

À l'inverse des modèles entrées-sorties dont la forme, l'opération, les besoins de données et l'interprétation sont généralement connus et convenus, les modèles d'équilibre général calculable varient par les données requises, les hypothèses et la structure. Nombre d'entre eux sont des modèles propres et ne sont pas explicités en vue d'une évaluation ou d'une utilisation publiques, ce qui les rend moins adaptés aux comparaisons internationales.

c) *Multiplicateurs*

Les deux procédures sont techniquement complexes et entraînent des besoins considérables en informations. Pour cette raison, les analystes utilisent parfois des multiplicateurs exogènes (estimés à partir d'autres économies ou régions) qui convertissent la valeur de la consommation du tourisme (totale ou par catégories de produits) en évaluations des effets indirects et induits.

Ces multiplicateurs sont de différentes sortes. Certains portent sur l'évolution de la variable observée (valeur ajoutée, emploi, recettes publiques) par rapport aux dépenses touristiques initiales. D'autres rapportent les effets directs, indirects et induits sur une variable (par exemple la rémunération des salariés) aux effets directs de la même variable et sont ainsi appelés multiplicateurs de ratios.

Cette simplification extrême, et le fait qu'ils ne s'appuient généralement pas sur une description détaillée de la spécificité du tourisme et de l'économie examinée, font que l'utilisation des multiplicateurs exogènes donne seulement des résultats approximatifs.

Annexe 7

Adapter le Compte satellite du tourisme aux niveaux infranationaux

Le tourisme dans un pays n'est pas uniformément « localisé » sur le territoire national du point de vue tant de la demande que de l'offre. Aussi engendre-t-il une demande additionnelle aux différents niveaux territoriaux, laquelle demande doit être mesurée à partir de statistiques touristiques fiables et adaptées à la prise de décision par les acteurs publics et privés, dans un cadre cohérent et compatible avec les statistiques nationales et régionales.

La localisation territoriale du tourisme est nécessaire du point de vue aussi bien régional que national. Ainsi, le développement régional des systèmes statistiques du tourisme d'un pays est obligatoire. Sa mise en œuvre dépendra du rang de priorité accordé à l'une des deux approches suivantes : une approche interrégionale ou de régionalisation, ou bien une approche régionale.

Les *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* abordent les questions spécifiques liées à l'établissement de statistiques du tourisme couvrant différents environnements géographiques ainsi que la nécessité pour les définitions et les concepts de s'ajuster à ces nouvelles pistes, en particulier l'environnement habituel, la définition des différentes catégories de visiteurs et l'existence de procédures distinctes en vue de relier les statistiques touristiques nationales aux statistiques touristiques correspondant à d'autres niveaux géographiques (voir IRTS 2008, chap. 8.C).

Il existe différentes raisons d'encourager l'analyse des possibilités d'adaptation du Compte satellite du tourisme aux niveaux infranationaux :

- La tendance au niveau mondial à un certain degré de décentralisation du pouvoir politique et, plus particulièrement, à la gestion décentralisée des ressources nationales au niveau des États fédéraux, des régions, des communes, etc., laquelle gestion nécessite une information régionale et locale plus étoffée et mieux intégrée pour assurer l'affectation et le suivi efficace des ressources;
- Le caractère multidimensionnel des activités touristiques pouvant profiter aux zones rurales qui cherchent à se diversifier, ainsi qu'aux zones laissées de côté pour ce qui est du modèle de production courant;
- La répartition géographique inégale et les caractéristiques de l'activité touristique au sein du territoire national, du point de vue tant de la demande que de l'offre, soulevant d'autres besoins pour les statistiques du tourisme aux différents niveaux territoriaux;
- L'intérêt croissant des entreprises liées au tourisme à mieux connaître les interactions de leur activité avec d'autres activités ainsi que ses principaux facteurs déterminants et cycles saisonniers;
- La nécessité d'améliorer l'allocation de ressources dans les économies nationales et locales, à laquelle seules peuvent satisfaire l'amélioration des références quantitatives et la mesure des incidences économiques.

Il existe deux approches possibles de cette adaptation :

- L'approche *interrégionale*, qui serait commune à l'ensemble des régions du territoire national et qui s'appuierait sur le système de comptabilité nationale en s'articulant étroitement avec celui-ci. Cette approche s'appuie sur l'existence d'un compte satellite du tourisme national et sur la disponibilité dans chaque région d'une information touristique uniforme pour chacun des tableaux et agrégats à régionaliser;
- L'approche *régionale*, qui supposerait le développement d'un compte satellite du tourisme spécifique pour toute région donnée, permettrait de recenser des écarts et situations spécifiques pour d'importants territoires infrarégionaux, pourvu qu'il existe une information suffisante à leur sujet.

Pour l'une ou l'autre de ces approches, il convient de signaler en premier l'absence de cadre conceptuel au niveau régional équivalent à celui du Système de comptabilité nationale : le *Système de comptabilité nationale 2008* ne définit pas un cadre spécifique pour la comptabilité régionale, et les systèmes statistiques généraux de la plupart des pays ne sont pas conçus à cet effet. Lorsqu'elle informe sur la comptabilité régionale, la comptabilité nationale se réfère à un tableau ou à un ensemble d'agrégats mais jamais à un ensemble de comptes associés développés à un degré similaire. Cela tient non seulement aux difficultés d'observation, nombreuses en raison de l'absence de contrôles aux frontières sur ces territoires, mais également au fait que bien des concepts de la comptabilité nationale ne sont pas directement applicables au niveau infranational.

Seul le Système européen des comptes (SEC-2000 est une adaptation du *Système de comptabilité nationale 2008*) offre un mécanisme simplifié de comptes régionaux, qui doit son existence à la politique régionale que l'Union européenne applique à la répartition des fonds, structurels notamment.

Aujourd'hui, il n'est possible, pour aucune des deux approches (interrégionale ou strictement régionale) ni pour aucune des régions de la plupart des pays, d'identifier rigoureusement l'activité touristique selon le mécanisme utilisé dans la conception du *Système de comptabilité nationale 2008* et le Compte satellite du tourisme, dont la représentation formelle est constituée d'un ensemble d'agrégats comptables et de comptes interdépendants. Il existe à cela trois grandes raisons :

- Les variables touristiques (par exemple, les voyages, la résidence et les formes de tourisme) ne sont pas toutes additionnables et aisément transférables de l'environnement national au niveau infranational; il en va de même d'autres variables, comme l'exportation et l'importation de biens et de services;
- Certaines activités ne peuvent pas, à strictement parler, être régionalisées (activités auxiliaires des unités multirégionales et services des administrations nationales liés au tourisme). La mesure est encore plus compliquée qu'au niveau national pour d'autres activités, comme le transport interrégional des voyageurs et les services des voyagistes et des agences de voyage (plus précisément, la désagrégation des formules touristiques à forfait);
- Une énorme quantité d'informations statistiques est nécessaire en raison de la libre circulation des personnes, biens, services, capitaux etc., malgré les frontières administratives qui séparent officiellement les régions, ce qui signifie qu'il n'existe pas d'instruments en place pour surveiller les flux à destination et en provenance de la région concernée.

Néanmoins, on se heurte à de très fortes restrictions du côté de la demande, en raison à la fois de la nécessité d'adapter le cadre conceptuel du Compte satellite du tou-

risme (les définitions de ces concepts comme l'environnement habituel, la résidence, les formes de tourisme, les voyages et l'objectif du voyage en sont les exemples majeurs) et de la complexité et du coût correspondant à l'obtention des données concernées.

Parmi les statisticiens et les comptables nationaux en particulier, la première option (*interrégionale*) correspond à un mode de fonctionnement du sommet vers le bas tandis que la deuxième (*régionale*) est une approche de bas en haut.

Il convient de signaler que l'approche du sommet vers le bas offre un ensemble d'évaluations régionales qui s'ajoutent aux totaux du Compte satellite du tourisme national et qui peuvent être interprétées comme les parts de ces totaux et sont comparables les unes aux autres, alors que l'approche de bas en haut est susceptible de livrer un ensemble d'évaluations régionales qui s'ajoutent à un ensemble plus vaste que les totaux du Compte satellite du tourisme national et qui ne peuvent être comparées de manière correcte que les unes par rapport aux autres.

Annexe 8

Module de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur l'emploi touristique

Introduction

Le module de l'OCDE sur l'emploi touristique propose un cadre conceptuel et méthodologique assorti d'une série de variables clés sur l'emploi (téléchargeable à www.oecd.org/cfe/tourism). Il met l'accent sur l'importance des problèmes d'emploi et de ressources humaines pour les secteurs d'activité liés au tourisme et par conséquent sur la nécessité de fournir des données complètes et fiables sur l'emploi aux utilisateurs aussi bien publics que privés. Ces directives sont compatibles avec les concepts et définitions adoptés dans d'autres domaines des statistiques socioéconomiques et du tourisme, notamment avec le *Système de comptabilité nationale 2008*, les normes de l'OIT, les *Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008*, les directives de l'OCDE de 1999 sur les comptes satellites du tourisme et le présent *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*. La méthode se veut simple et souple pour être facilement adoptée, puis adaptée.

Objectifs

L'objectif premier du module de l'OCDE sur l'emploi touristique est de fournir un cadre statistique et des directives méthodologiques permettant de déterminer le niveau et certaines caractéristiques de l'emploi dans les industries du tourisme, essentiellement du point de vue de l'offre. En d'autres termes, le module prend seulement en compte l'emploi dans une série d'industries du tourisme caractéristiques sélectionnées. Même s'il est étroitement lié aux comptes satellites du tourisme, le module de l'OCDE sur l'emploi devrait également être considéré comme indépendant, à savoir, l'emploi devrait être perçu non pas uniquement comme un facteur parmi d'autres dans le processus de production, mais aussi comme un phénomène social.

L'un des objectifs du module est de faire en sorte que l'application de cette méthode puisse offrir de meilleures possibilités de comparaison internationale des statistiques sur l'emploi dans les différents domaines d'activité du secteur du tourisme. Ce ne sera pas chose facile car les différences de méthodes et de définitions entre les pays font déjà obstacle aux comparaisons des données sur l'emploi en général. Même au niveau national, les sources de statistiques et de données sur l'emploi fournissent souvent des résultats différents et fragmentés.

Le cadre conceptuel

Le module de l'OCDE sur l'emploi touristique propose un processus qui relie les données de base sur l'emploi au Compte satellite du tourisme en se servant du module

Emploi comme cadre d'intégration (micro- et macro-liens). Ce processus utilise des indicateurs du niveau général de l'emploi lié au tourisme, tels que le nombre de postes, celui des personnes employées ou leur équivalent plein-temps, avec une différenciation pour l'emploi saisonnier et les « petits emplois d'appoint », et un certain nombre d'autres variables clés sur l'emploi, telles que le sexe, l'âge, le niveau d'instruction, la nationalité, la situation dans la profession, le type de contrat, l'ancienneté moyenne, le nombre moyen des heures travaillées, les revenus bruts moyens, le caractère permanent des emplois ou les horaires de travail irréguliers. Le Compte satellite du tourisme permet d'établir un lien entre la demande et l'offre touristiques. D'où une sélection de domaines d'activité liés au tourisme, considérés du côté de l'offre. Ce cadre offre des possibilités d'intégration et de coordination statistiques.

La voie à suivre à l'avenir

Le module sur l'emploi touristique permet d'améliorer considérablement la comparabilité nationale et internationale des données sur l'emploi lié au tourisme. Il peut être utilisé comme point de référence permettant de définir d'autres types de données sur l'emploi, ce qui permet d'obtenir une meilleure image d'ensemble et d'améliorer la comparabilité. Il ne faudrait cependant pas considérer le lien entre le module de l'OCDE sur l'emploi touristique et le Compte satellite du tourisme comme une solution à la fois unique et parfaite. Le module de l'OCDE sur l'emploi touristique met également l'accent sur des domaines où il serait intéressant de procéder à d'autres recherches. L'expérience acquise par les pays qui appliquent ce module et la coopération qui est en train de s'amplifier entre différentes organisations internationales devraient aider à clarifier certaines de ces questions.