

Compte satellite du tourisme (CST):

références méthodologiques

A.	Produits spécifiques du tourisme.....	28-31
B.	Activités spécifiques du tourisme.....	31-38
	B.1. Principes généraux.....	31-33
	B.2. Aspects particuliers.....	34-38
	B.2.1 Services fournis au sein d'un ménage.....	34
	B.2.2 Services d'hébergement assurés par des résidences secondaires pour compte propre ou gratuitement.....	34
	B.2.3 Agences de voyages.....	35-36
	B.2.4 Voyagistes.....	36-37
	B.2.5 Le traitement des biens achetés par les visiteurs.....	38
C.	Industries du tourisme.....	39-41
	C.1. Valeur ajoutée.....	39-40
	C.2. Emploi.....	40-41
	C.3. Formation brute de capital fixe.....	41
IV.	Tableaux, comptes et agrégats.....	42-78
A.	Tableaux et comptes	43-
	A.1. Remarques générales.....	43-44
	A.2. Évaluation nette.....	44-49
	A.2.1 Évaluation nette des circuits à forfait.....	44-47
	A.2.2 Évaluation nette des services des agences de voyages.....	47-49
	A.3. Classifications utilisés.....	50-51
	A.3.1 Remarques générales.....	50
	A.3.2 Remarques particulières.....	50-51
	A.4. Les tableaux.....	52-61
	A.4.1 Vue d'ensemble.....	52-53
	A.4.2 Description	53-61
B.	Agrégats.....	61-68

B.1.	Les principaux agrégats.....	62-65
B.1.a	Consommation du tourisme intérieur.....	62-63
B.1.b	Offre touristique.....	63-65
B.2.	Autres agrégats	65-68
B.2.a	Emploi touristique.....	66
B.2.b	Formation brute de capital fixe du tourisme.....	66-67
B.2.c	Consommation touristique collective.....	67
B.2.d	Demande touristique.....	68
C.	Tableaux.....	68-78
Tableau 1	Consommation du tourisme récepteur par produits et par catégories de visiteurs (dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces).....	69
Tableau 2	Consommation du tourisme interne par produits et groupes ad hoc de visiteurs résidents (dépense finale de consommation des visiteurs en espèces).....	70
Tableau 3	Consommation du tourisme émetteur npar produits et par catégories de visiteurs (dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces).....	71
Tableau 4	Consommation du tourisme intérieur par produits et par types de tourisme.....	72
Tableau 5	Comptes de production des industries touristiques et des autres industries.....	73
Tableau 6	Offre interne et consommation du tourisme intérieur par produits.....	74
Tableau 7	Emploi dans les industries touristiques.....	75
Tableau 8	Formation brute de capital touristique fixe des industries touristiques et des autres industries.....	76
Tableau 9	Consommation touristique collective par fonctions et par niveaux administratifs.....	77
Tableau 10	Indicateurs non monétaires.....	78
Annex 1:	Tableaux de correspondance de la liste des produits caractéristiques du tourisme (CST/PCT) et de la liste des activités caractéristiques du tourisme (CST/ACT).....	79-85
Bibliographie.....		87-89

Contenu et structure du document

- 0.1 Le **chapitre I** est une **introduction** générale à la présente proposition de conception d'un Compte satellite du tourisme (appelé ci-après CST). Il expose les raisons justifiant cette proposition, en définit le caractère technique et met en lumière l'utilité de ce nouvel instrument statistique.
- 0.2 Le **chapitre II, "Approche par la demande: concepts et définitions"**, commence par une analyse de l'unité fondamentale d'observation, le "visiteur", et donne une série d'indications pour l'application correcte des concepts de consommation des visiteurs comme le concept de dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces (sa composante principale) qui correspond à l'expression "dépenses des visiteurs" utilisée traditionnellement dans l'analyse du tourisme. Ce chapitre présente également d'autres concepts et définitions établis dans le cadre du CST tels que, par exemple, la définition et la mesure de la consommation touristique, le lieu où la consommation des visiteurs est effectuée et d'autres aspects particuliers comme les services d'hébergement pour compte propre ou gratuits et les services fournis au sein d'un ménage.
- 0.3 Les autres paragraphes du chapitre II précisent le contenu des trois éléments qui composent la demande touristique générée par les prestations fournies aux visiteurs. Si la consommation du tourisme intérieur constitue l'agrégat central qui permet d'évaluer l'importance de la "demande directe des visiteurs" dans le pays recenseur, il faut admettre que cet agrégat pourrait parfaitement être complété par d'autres éléments de la demande finale (tels que la consommation touristique collective et la formation brute de capital fixe du tourisme).
- 0.4 Le **chapitre III, "Approche par l'offre: concepts et définitions"**, porte sur les aspects de l'offre de biens et de services aux visiteurs. Il définit les activités et les produits qui seront au centre de l'analyse, ainsi que les variables économiques pertinentes liées à l'offre. L'analyse du tourisme du point de vue de l'offre est axée sur les unités de production du même type que celles retenues dans les tableaux des ressources et des emplois du SCN93, à savoir les établissements. D'un point de vue fonctionnel, le SCN93 définit la "branche d'activité" comme un "regroupement d'établissements exerçant le même type d'activités de production". L'ensemble des activités caractéristiques du tourisme ne constitue pas une branche unique répondant à cette définition. En revanche, il comprend un certain nombre de catégories d'"industries" au sens de la CITI. Aussi le CST définit-il les "industries du tourisme" comme tous les établissements dont l'activité productive principale est une activité productive caractéristique du tourisme.
- 0.5 Le chapitre III considère également des aspects particuliers comme les agences de voyages, les voyagistes et le traitement des biens achetés par les visiteurs.
- 0.6 Le **chapitre IV, "Tableaux, comptes et agrégats"**, est l'élément central de la proposition, qui comporte une série de dix tableaux. Les tableaux proposés utilisent une agrégation déterminée de produits et d'activités caractéristiques du tourisme et ils sont présentés suivant l'ordre normal de préparation.

- 0.7 Plusieurs paragraphes de ce chapitre IV indiquent avec précision la marche à suivre lors de l'élaboration de ces tableaux afin, d'une part, d'illustrer la cohérence traitée aux chapitres II et III entre concepts, définitions et classifications et, d'autre part, de faire ressortir les aspects jugés les plus importants.
- 0.8 À la fin du document figurent une sélection bibliographique et une annexe comportant les classifications correspondantes à employer.

I Introduction

- 1.1 Le tourisme, défini comme les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité, a connu ces vingt-cinq dernières années un essor considérable comme phénomène économique et social. Les statistiques sur la nature, la progression et les conséquences du tourisme sont, dans l'ensemble, rares et incomplètes. Cette situation prive les gouvernements, les entreprises et les citoyens des informations précises qui leur sont nécessaires pour être efficaces dans la conduite des affaires publiques et la réalisation des opérations commerciales et industrielles, et pour améliorer la qualité de vie tant des visiteurs que de leurs hôtes. Il manque surtout des informations valables sur le rôle que le tourisme joue dans les économies nationales du monde entier et il faudrait pouvoir disposer d'urgence de données crédibles sur l'importance et l'ampleur de cette activité.
- 1.2 Si dans le passé la description du tourisme était essentiellement axée sur les caractéristiques des visiteurs, les conditions dans lesquelles ils voyageaient et séjournaient, les motifs de leur déplacement, etc., on assiste aujourd'hui à une prise de conscience croissante du rôle que le tourisme joue et peut jouer, directement, indirectement ou de façon induite, dans une économie sur le plan de la création de valeur ajoutée, d'emplois, de revenus personnels, de recettes publiques, etc.
- 1.3 Il en résulte que le type de données sur le tourisme dont ont besoin à la fois le secteur public et le secteur privé a entièrement changé de nature. Outre des informations descriptives sur le flux des visiteurs et sur les conditions dans lesquelles ceux-ci sont reçus et servis, les pays ont à présent besoin d'informations et d'indicateurs fiables pour renforcer la crédibilité des évaluations du poids économique du tourisme. Ces informations et indicateurs devraient avoir les caractéristiques suivantes:
 - a. ils devraient être de nature statistique et être produits régulièrement, c'est-à-dire non seulement sous la forme d'estimations ponctuelles, mais aussi dans le cadre de procédures statistiques systématiques combinant le calcul d'estimations de référence et un emploi plus souple des indicateurs pour renforcer l'utilité des résultats;
 - b. les estimations devraient se fonder sur des sources statistiques fiables, qui observent à la fois les visiteurs et les producteurs de services, si possible en recourant à des procédures indépendantes;
 - c. 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;
 - d. elles devraient offrir une cohérence interne et être présentées dans des cadres macroéconomiques reconnus au niveau international; autrement dit, il faut de nouveaux instruments d'observation statistique.

- 1.4 De telles données sont requises dans les principaux domaines suivants: analyse de la demande générée par le tourisme sous ses différentes formes (au sein d'une même économie, en provenance d'autres économies ou vers d'autres économies), classée en fonction des caractéristiques des visiteurs eux-mêmes et de leurs déplacements, ou des biens et services acquis; incidence de l'offre sur les variables macroéconomiques de base de l'économie de référence; fonctions de production et interaction des activités, afin de constituer la base de l'analyse d'impact; description de la nature de l'emploi et des postes de travail, de la formation de capital et des investissements non financiers; importations et exportations, impact sur la balance des paiements; effets du tourisme sur les recettes publiques, la création de revenus personnels et de revenus d'entreprise, etc.
- 1.5 Les biens et services consommés par les visiteurs sont essentiellement le transport, l'hébergement, l'alimentation et les divertissements, qui, au sens large, peuvent être considérés comme caractéristiques du tourisme. Selon la destination du voyage, le motif de la visite et les caractéristiques personnelles de chaque visiteur, ces biens et services peuvent être très différents en nature, qualité et quantité. Il faut que l'étude du tourisme prenne l'ensemble de ces éléments en considération dans une présentation régulière et systématique.
- 1.6 Bien que par essence le tourisme soit un phénomène de demande, il est nécessaire, du point de vue économique, d'examiner comment fonctionne la concordance entre la demande et l'offre, et quelles sont les conséquences de l'offre sur les variables macroéconomiques fondamentales de l'économie de référence.
- 1.7 Dans le contexte de l'analyse macroéconomique, on étudie le mieux la relation entre l'offre et la demande dans le cadre général de la Comptabilité nationale et, plus particulièrement, dans le cadre des tableaux des ressources et des emplois.
- 1.8 Le Système de comptabilité nationale adopté en 1993 (dénommé ci-après SCN93) ¹ fournit des concepts, des définitions, des classifications, des règles comptables, des comptes et des tableaux permettant de présenter un cadre complet et intégré pour l'estimation de la production, de la consommation, des investissements, des revenus, des stocks et des flux de patrimoine financier ou non, ainsi que d'autres variables économiques s'y rattachant.
- 1.9 Dans ce cadre, l'analyse détaillée d'un type précis de demande peut être présentée en interface avec l'offre des biens et services, au sein d'une même économie.
- 1.10 Mais la consommation des visiteurs ne se limite pas à un ensemble de biens et de services prédéfinis. La particularité du tourisme est que ce qui compte n'est pas tant ce qui est acquis que la situation provisoire dans laquelle se trouve le consommateur: il est en dehors de son environnement habituel et c'est cette caractéristique qui le distingue de façon particulière de tout autre consommateur.

¹ Système de comptabilité nationale 1993 (SCN93), Manuel préparé sous les auspices du Groupe de travail intersecrétariats sur la comptabilité nationale – Commission des Communautés européennes – Fonds monétaire international – Organisation de coopération et de développement économiques – Nations Unies – Banque mondiale. Bruxelles/Luxembourg, New York, Paris, Washington, D.C., 1993

- 1.11 Or une telle caractéristique ne peut pas être reconnue dans le cadre général de la Comptabilité nationale, où les agents économiques sont classés et identifiés en fonction de caractéristiques (relativement) permanentes qui leur sont attribuées, au nombre desquelles figure le pays ou le lieu de leur résidence.
- 1.12 De ce fait, il devient nécessaire d'utiliser ce que l'on appelle un compte satellite, annexé aux données centrales du Système de comptabilité nationale, dont il partage, dans une plus ou moins large mesure, les concepts, définitions et classifications de base. Le recours aux comptes satellites pour faire face à ce type de situation est fortement recommandé dans le SCN93.²
- 1.13 En conséquence, la structure fondamentale du Compte satellite du tourisme (dénommé ci-après CST) repose sur l'équilibre général existant au sein d'une économie entre la demande de biens et de services qu'engendre le tourisme et leur offre, qui est représentée dans des systèmes comme le SCN93. L'idée inspirant l'élaboration du CST est d'analyser en détail tous les aspects de la demande de biens et de services qu'on peut associer au tourisme dans l'économie en question et d'observer l'interface opérationnelle avec l'offre de ces biens et services dans la même économie et les interactions entre cette offre et d'autres activités économiques.
- 1.14 La présente proposition relative à la conception du CST revêt la forme d'un système de base de concepts, de classifications, de définitions, de tableaux et d'agrégats liés aux tableaux types du SCN93 sous l'angle fonctionnel. Ce système a donc été élaboré pour permettre des comparaisons internationales annuelles des effets du tourisme sur les économies nationales.
- 1.15 Les CST offriront:
- a. des agrégats macroéconomiques pour caractériser le volume et l'importance économique du tourisme, comme la valeur ajoutée du tourisme et le PIB du tourisme, compatibles avec les agrégats semblables utilisés pour l'ensemble de l'économie et pour d'autres activités productives et domaines d'intérêt fonctionnels ; il faut pour cela que ces agrégats soient parfaitement cohérents avec la frontière de la production telle que la définit la Comptabilité nationale ;
 - b. des données détaillées sur la consommation des visiteurs et sur la façon dont cette demande est satisfaite par l'offre interne et les importations ; ces données sont intégrées dans des tableaux établis à partir des tableaux généraux des ressources et des emplois de la Comptabilité nationale, aussi bien à prix courants qu'à prix constants;
 - c. des comptes de production détaillés des industries du tourisme, comprenant des données sur l'emploi, sur la relation de ces industries avec les autres activités économiques de production et sur la formation de capital;

² SCN93, chapitre XXI

- d. les informations de base nécessaires à l'élaboration de modèles de l'impact économique du tourisme (aux niveaux national et supranational), à la préparation d'analyses axées sur le marché touristique, etc. ;
 - e. un lien entre les données économiques et les autres informations quantitatives sur le tourisme, comme le nombre d'arrivées, la durée des séjours, le motif du déplacement, les modes de transport, etc.
- 1.16 Le Compte satellite du tourisme est à considérer sous deux angles différents:
- a. comme un nouvel instrument statistique de normalisation internationale des concepts, classifications, définitions, tableaux et agrégats, qui permettra des comparaisons valables d'un pays à l'autre ou entre des groupes de pays et qui rendra toutes ces estimations comparables avec les autres agrégats et évaluations macroéconomiques reconnus au niveau international;
 - b. comme une méthode pour guider les pays en vue de la mise en place de leur propre 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.
- 1.17 Il faut voir dans la présente proposition la première étape d'un processus de mise au point méthodologique de ce nouvel instrument statistique dont le caractère opérationnel relève d'une synthèse qu'il partage avec la Comptabilité nationale. En outre, sa mise en œuvre progressive par les pays dépendra des progrès accomplis dans l'application du SCN93 et, de toute façon, elle obligera dans l'avenir à actualiser certaines des recommandations du présent document s'il est adopté, à développer les classifications proposées concernant les produits et les activités, à prévoir de nouveaux domaines d'application (indicateurs touristiques nationaux, analyse de la balance des paiements, niveau régional, ...), des modules particuliers (emploi, recettes publiques, ...), etc.

II. Approche par la demande: concepts et définitions

- 2.1 Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. Le terme "activité des personnes", tel qu'il est employé ici, renvoie à son acception générale (par exemple une occupation spécifique à laquelle une personne prend part) et non pas au sens qu'on lui donne lorsqu'on l'emploie de façon abrégée pour transmettre l'idée d'"activité économique productive", comme dans la CITI par exemple.¹ Les "activités des personnes" se rapportent aux occupations des individus qui répondent à la définition de "visiteurs".
- 2.2 Comme ces activités sont nombreuses et qu'elles ont des conséquences d'ordres très divers, on peut étudier le "tourisme" sous des optiques très différentes, par exemple du point de vue de son effet sur l'environnement, sur la culture locale, sur le paysage, sur l'infrastructure, etc. Le CST s'intéresse essentiellement à son effet sur l'offre et la demande de biens et de services, sur le niveau général de l'activité économique et sur l'emploi.
- 2.3 Par conséquent, la structure fondamentale du CST repose sur l'équilibre général existant au sein d'une économie entre la demande de biens et de services que crée le tourisme et leur offre, qu'on trouve dans des représentations comme le SCN93. L'idée qui inspire l'élaboration du CST est d'analyser en détail tous les aspects de la demande de biens et de services qui peut être associée au tourisme au sein d'une économie, d'observer comment elle concorde avec l'offre de ces biens et services dans l'économie en question et d'étudier quelles sont les interactions entre cette offre et d'autres activités économiques.
- 2.4 Le tourisme étant défini comme l'activité de "personnes", la première étape consiste à préciser qui sont ces personnes, puisqu'elles sont au cœur de l'étude du tourisme. Puis, les différentes composantes de la demande touristique devront être définies.

A. Visiteurs

- 2.5 Les "personnes" dont il est question dans la définition du tourisme sont appelées "visiteurs", terme visant "toute personne qui se déplace vers un lieu situé en dehors de son environnement habituel pour une durée inférieure à douze mois et dont le motif principal de la visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité".²
- 2.6 Une grande partie, et même la majorité, des activités économiques du tourisme dans un pays interviennent pendant les déplacements des visiteurs. Cependant, le CST

¹ CITI : *Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activités économiques*, des Nations Unies en 1990.

² *Recommandations de l'ONU et de l'OMT sur les statistiques du tourisme*, § 20

inclut également les activités de consommation des visiteurs potentiels avant leur voyage (telles que l'achat de matériel de camping, de bagages ou d'une police d'assurance-voyage) ou par les visiteurs après leur retour à leur domicile (comme par exemple le développement des pellicules photographiques de leur voyage). Les maisons de vacances et autres résidences secondaires peuvent également générer une activité économique, même en l'absence de visiteurs, et le CST doit en tenir compte.

A.1. Environnement habituel

- 2.7 Il est difficile de définir en un terme précis l'environnement habituel, mais c'est indispensable pour distinguer un visiteur de tous les autres voyageurs dans un lieu donné. D'une manière générale, cet environnement correspond aux limites géographiques à l'intérieur desquelles un individu se déplace de façon routinière, à l'exception des loisirs et de la détente (les maisons de vacances et les résidences secondaires, même lorsqu'elles sont visitées régulièrement, ne sont habituellement pas incluses dans l'idée d'environnement habituel). Pour certaines personnes relativement inactives, cet environnement habituel peut se limiter à une zone qui ne comprend que quelques pâtés de maisons environnant leur domicile. Pour d'autres, qui font quotidiennement la navette entre leur domicile et leur lieu de travail, ou dont les activités habituelles les amènent à parcourir de longues distances, il peut s'agir d'un espace beaucoup plus large. Les Bureaux nationaux de statistique sont invités à délimiter l'environnement habituel en fonction de la distance parcourue, de la durée du voyage à partir du domicile privé ou des limites administratives correspondant à des localités ou à d'autres types d'unités territoriales.
- 2.8 Il n'en reste pas moins qu'une constatation s'impose: si le lieu visité ne fait pas partie de l'environnement habituel d'une personne ("le visiteur"), cette dernière n'est pas considérée comme appartenant au groupe des "consommateurs résidents" habituels de ce lieu. Par définition, sa visite se traduira par une consommation supplémentaire dans le lieu visité, qui viendra s'ajouter à celle des consommateurs résidents. Ces dépenses de consommation supplémentaires constituent la base de l'activité économique associée au tourisme et par conséquent sont le fondement même du Compte Satellite du Tourisme.
- 2.9 Enfin, la notion d'environnement habituel est une notion économique et elle n'a pas grand-chose à voir avec le droit: les étrangers en situation irrégulière vivant dans un pays ont malgré tout leur environnement habituel à l'intérieur de ses frontières. Par ailleurs, le droit, au regard de la loi, de résider à un endroit ne signifie pas que la personne qui l'a fait effectivement de cet endroit son environnement habituel.

A.1.1 Environnement habituel et résidence

- 2.10 Le concept d'environnement habituel (tel que défini par les Nations Unies et l'OMT) et celui de résidence (tel qu'il est défini dans le SCN93 et dans la cinquième édition du Manuel de la Balance des paiements) ne sont pas synonymes. L'endroit où une personne travaille fait manifestement partie de son environnement habituel mais n'est pas nécessairement son lieu de résidence. Conformément à la définition

OMT/ONU, faire la navette entre le domicile et le lieu de travail représente un déplacement, mais il ne s'agit pas d'une activité touristique.³

- 2.11 Un particulier quittant son lieu habituel de résidence ou son "centre d'intérêt économique"⁴, dans l'intention de fixer sa résidence ailleurs, ne devrait pas être considéré comme un visiteur dans le site de sa nouvelle résidence, même lorsqu'il s'y trouve depuis moins d'un an. Pour lui, ce nouveau lieu devient son nouvel environnement habituel.
- 2.12 Par ailleurs, la présence d'une personne à un certain endroit pendant plus d'un an permet de considérer que cet endroit est son environnement habituel. Cet individu ne peut donc pas être considéré comme un visiteur dans cet endroit, même s'il n'en est pas résident dans le sens économique ou juridique du terme. En fait, aux fins de la statistique démographique, la résidence est une caractéristique des ménages, alors que l'environnement habituel est une caractéristique que l'ONU et l'OMT considèrent comme liée aux individus, appartenant à un même ménage. Deux individus appartenant à un même ménage ont forcément la même résidence mais peuvent vivre dans des environnements habituels différents.
- 2.13 Les étudiants qui se rendent à l'étranger pour des périodes parfois supérieures à un an, mais qui continuent de dépendre économiquement de leur famille appartiennent au ménage de leur famille. Ils sont donc résidents du lieu où se trouve le centre d'intérêt économique de leur ménage, mais leur environnement habituel est également leur université et l'endroit où ils habitent. Les malades qui séjournent pendant plus d'un an dans un hôpital ou dans un établissement assimilé relativement éloigné de leur résidence d'origine font toujours partie de leur ménage d'origine si des liens économiques les y rattachent, bien que leur environnement habituel comprenne à présent l'hôpital où ils séjournent. Le même principe est applicable aux détenus condamnés à une longue peine d'incarcération. Toutes ces personnes ne sont pas des visiteurs pour les lieux où elles résident à présent. Par contre, si d'autres membres de leur ménage d'origine se déplacent pour venir les voir, ceux-ci auront alors la qualité de visiteur des lieux concernés.

A.1.2 Environnement habituel et résidences secondaires

- 2.14 Pour chaque ménage, il existe un logement qui sera considéré, aux fins de la statistique, comme la maison et la résidence principale de ce ménage. Tous les autres logements (qu'ils soient loués ou occupés par leurs propriétaires) occupés par ce ménage seront considérés comme résidences secondaires.
- 2.15 Pour être considérés comme des résidences secondaires, ces logements doivent présenter une ou plusieurs des caractéristiques suivantes:
- a. constituer l'environnement habituel d'un ou plusieurs membres du ménage sans être la résidence principale de ce ménage;

³ *Recommandations de l'ONU et de l'OMT sur les statistiques du tourisme*, § 22

⁴ SCN93, § 4.15

- b. être une maison de vacances, c'est-à-dire une maison visitée plus ou moins rarement par un ou plusieurs des membres du ménage pour des loisirs, des vacances ou toute autre activité différente d'une activité rémunérée dans le lieu en question;
 - c. être visitée de temps en temps par un ou plusieurs membres du ménage pour des raisons professionnelles.
- 2.16 Par définition, on considère comme visiteur un membre quelconque du ménage visitant une résidence secondaire qui ne se trouve pas dans son environnement habituel, à condition que cette visite n'ait pas pour but l'exercice d'une activité productive dans le lieu en question.
- 2.17 Une résidence secondaire peut être située dans la même économie nationale que la maison principale ou dans une économie nationale différente.

A.2. Durée du séjour

- 2.18 Pour être considéré comme une activité touristique, le séjour d'un voyageur dans un lieu qu'il visite doit être d'une durée inférieure à douze mois consécutifs. Comme nous l'avons expliqué ci-dessus, lorsqu'un visiteur séjourne à un endroit pendant plus d'un an, cet endroit devient partie intégrante de son environnement habituel et l'intéressé cesse d'y être considéré comme un visiteur. Par ailleurs, les personnes qui suivent des cycles de formation ou effectuent des séjours de courte durée (universités d'été, colonies de vacances, traitement médical de courte durée...) sont considérées comme des visiteurs de l'endroit où cette prestation a lieu.
- 2.19 Il existe deux catégories de visiteurs: les touristes, qui passent une ou plusieurs nuits dans le lieu visité, et les visiteurs de la journée, qui ne passent pas la nuit dans le lieu visité.
- 2.20 La plupart des visiteurs de la journée sont habituellement des visiteurs internes⁵, mais il peut aussi s'agir d'excursionnistes internationaux. Pour certains pays, la consommation des visiteurs de la journée qui utilisent différents moyens de transport peut représenter une proportion importante des dépenses touristiques.
- 2.21 Les visiteurs de la journée en transit sont une catégorie particulière de visiteurs de la journée, relevant du tourisme international ou du tourisme interne. Il s'agit de différents ensembles de voyageurs, qu'il pourrait être intéressant de recenser dans certains pays en raison de leur importance, tant sous l'angle numérique que du point de vue de leur poids économique. Ce sont les visiteurs de la journée qui ne regagnent pas leur lieu d'origine dans les vingt-quatre heures suivant leur départ mais qui sont en route vers une autre destination. Cette catégorie comprend à la fois les visiteurs juridiquement en transit parce qu'ils restent dans une zone de transit et qu'ils n'entrent donc pas à proprement parler dans le pays (situation normalement associée à des visiteurs arrivant en avion) et les visiteurs traversant un endroit ou le territoire d'un pays pour se rendre dans une

⁵ *Recommandations de l'ONU et de l'OMT sur les statistiques du tourisme*, § 28

destination différente (il s'agit le plus souvent de personnes se déplaçant par la route ou par le rail).

A.3. Motif de la visite

- 2.22 Dans le langage courant, le terme "touriste" se réfère aux individus qui voyagent pour leur plaisir, pour la détente et les vacances. Cependant, la définition d'un touriste retenue par le CST est bien plus large et englobe tous les individus qui voyagent ou visitent un endroit pour un motif autre que celui "d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité".⁶ Cette définition est donc conforme au concept de l'environnement habituel, puisque celui-ci correspond au lieu où une personne vit et travaille habituellement. Dès lors, une personne voyageant pour affaires ou pour des motifs commerciaux pourrait être ou non considérée comme un touriste, selon l'endroit d'où elle est payée et la façon dont elle exerce son activité.
- 2.23 Les touristes et les visiteurs de la journée peuvent être classés en fonction du motif principal de leur visite dans les catégories suivantes:⁷
- a. loisirs, détente et vacances,
 - b. visites à des parents et amis,
 - c. affaires et motifs professionnels,
 - d. traitement médical,
 - e. religion, pèlerinages,
 - f. autres.

A.4. Classification des visiteurs

- 2.24 Les pays peuvent également segmenter leurs marchés et les définir davantage en fonction d'autres caractéristiques des visiteurs et de leurs voyages.
- 2.25 Deux catégories sont créées:⁸
- a. **les visiteurs internationaux**, dont le pays de résidence est différent du pays visité; cette catégorie de visiteurs comprend également les nationaux résidant à l'étranger de façon permanente, qui peuvent représenter un segment important du marché, avec des caractéristiques spéciales;
 - b. **les visiteurs internes**, dont le pays de résidence est le pays visité; il peut s'agir de nationaux de ce pays ou d'étrangers.
- 2.26 Il convient de noter qu'étant donné qu'un visiteur peut avoir fixé sa résidence dans un lieu différent de son environnement habituel, un individu ne doit pas forcément traverser la frontière géographique d'un pays pour mériter la qualification de voyageur. C'est le cas du personnel militaire en service actif affecté à une base située dans un pays autre que le

⁶ *Recommandations de l'ONU et de l'OMT sur les statistiques du tourisme*, § 20

⁷ *Recommandations de l'ONU et de l'OMT sur les statistiques du tourisme*, § 44

⁸ *Recommandations de l'ONU et de l'OMT sur les statistiques du tourisme*, § 28 et § 33

pays de résidence, et aussi des diplomates et de leur entourage.⁹ L'ambassade (ou le consulat) d'un pays est considérée comme constituant une extension physique et juridique du territoire de ce pays, quel que soit le lieu où elle est située. Par conséquent, lorsqu'un diplomate, sa famille ou son personnel voyage à l'intérieur du pays d'affectation, ils sont considérés comme visiteurs internationaux, mais ce n'est pas le cas lorsqu'ils entrent dans le pays d'accueil.

2.27 Ces distinctions, qui sont très importantes pour un traitement cohérent des activités des visiteurs dans le cadre des conventions sur les statistiques du tourisme et la comptabilité nationale, peuvent néanmoins faire apparaître des différences entre les mouvements des visiteurs internationaux résultant des statistiques collectées aux frontières et le nombre des individus ayant un comportement de visiteurs dans l'économie concernée.

B. Consommation des visiteurs

2.28 La consommation est une activité qui caractérise les individus et les ménages auxquels ils appartiennent. Sous l'angle de la comptabilité nationale, on peut parler de l'activité de consommation des visiteurs, qu'ils appartiennent à des ménages résidents ou non résidents. De la même façon que le visiteur se situe au centre de l'activité touristique, sa consommation est au centre de la mesure économique du tourisme. Le visiteur est considéré comme un type particulier d'unité de consommation, qui ne se distingue des autres ménages que par le fait qu'il se trouve en dehors de son environnement habituel, mais sinon, il s'agit d'un consommateur ordinaire, si bien que les caractéristiques de l'activité de consommation attachées à la consommation des ménages dans le SCN93 devraient également s'appliquer aux visiteurs.

B.1 Consommation finale des ménages dans le SCN93

2.29 S'agissant des ménages, le SCN93 retient deux concepts de consommation différents : la dépense de consommation finale des ménages et la consommation finale effective des ménages. Ces concepts diffèrent par l'inclusion ou non des prestations d'assistance sociale en nature provenant des administrations publiques et des organismes privés sans but lucratif au service des ménages (OPSBLSM). Ces deux concepts sont applicables aux visiteurs.

2.30 En adoptant le concept de consommation finale effective des ménages, le SCN93 traite de façon plus homogène des situations dans lesquelles les transferts sociaux en nature revêtent différentes importances relatives. Dans certains pays, où les administrations publiques fournissent des services d'éducation et de santé, soit à titre gratuit soit pour un prix symbolique, la structure et l'importance relatives de la dépense de consommation finale des ménages seraient extrêmement différentes de celles qui existent dans les pays où ces services ont été achetés sur le marché ou au

⁹ SCN93, § 14.19

prix du marché. Le fait d'inclure ces transferts sociaux en nature réduit fortement ces différences de structure et améliore la comparabilité entre les pays.

- 2.31 Le SCN93 élargit et précise une série de concepts associés à la consommation finale des ménages. Le Système fait la différence entre la *dépense en biens et services de consommation*, la *dépense de consommation finale des ménages* et la *consommation finale effective des ménages*. Il tient compte des particularités de ce que l'on appelle les "services individuels non marchands", dont on peut identifier les bénéficiaires. Le Système fait la différence entre l'unité institutionnelle qui paie les services et celle qui en bénéficie, et il propose une méthode pour transférer la consommation d'une unité à l'autre.
- 2.32 Les dépenses se définissent comme la valeur des montants que les acheteurs paient ou acceptent de payer aux vendeurs en échange de biens ou de services que les vendeurs leur fournissent ou qu'ils fournissent à d'autres unités institutionnelles désignées par les acheteurs. L'acheteur qui s'engage à payer n'a pas besoin d'être la même unité que celle qui prend possession du bien ou du service. Comme cela a déjà été noté, il est courant que des administrations publiques ou des OPSBLSM paient des biens ou des services que les vendeurs fournissent aux ménages.¹⁰
- 2.33 Dans le SCN93, les dépenses sont attribuées aux unités qui supportent les coûts en dernière instance, par différence avec les unités qui effectuent le paiement aux vendeurs. L'unité qui effectue le paiement est habituellement aussi celle qui supporte le coût, mais ce n'est pas toujours le cas. Une unité peut, par exemple, payer un vendeur en agissant en tant qu'intermédiaire pour le compte d'une autre unité à laquelle la propriété du bien est transférée. Dans ce cas, l'intermédiaire accorde un crédit à court terme à l'acheteur, qui s'éteint quand l'intermédiaire est remboursé. Un autre exemple est celui d'un ménage qui achète un bien ou un service pour son propre usage et qui est ensuite remboursé, par un organisme de sécurité sociale, d'une partie ou de la totalité du montant déboursé. Dans ce cas, le montant remboursé est traité comme une dépense encourue par l'organisme de sécurité sociale.¹¹
- 2.34 "Un bien ou un service de consommation se définit comme un bien ou un service qui est utilisé (sans transformation ultérieure dans la production, comme la définit le Système) par les ménages... pour la satisfaction directe des besoins individuels..."¹² La préparation des repas par le ménage pour son propre compte n'est pas considérée comme un processus de production. Les aliments achetés pour le repas sont donc considérés comme des biens de consommation parce qu'il n'y a pas d'autre transformation (économique). L'essence achetée pour la voiture du ménage est, elle aussi, considérée comme un bien de consommation, pour la même raison, étant donné qu'aucun service n'est rattaché à l'utilisation d'un véhicule par un ménage pour son propre compte.

¹⁰ SCN93, § 9.22

¹¹ SCN93, § 9.23

¹² SCN93, § 9.41

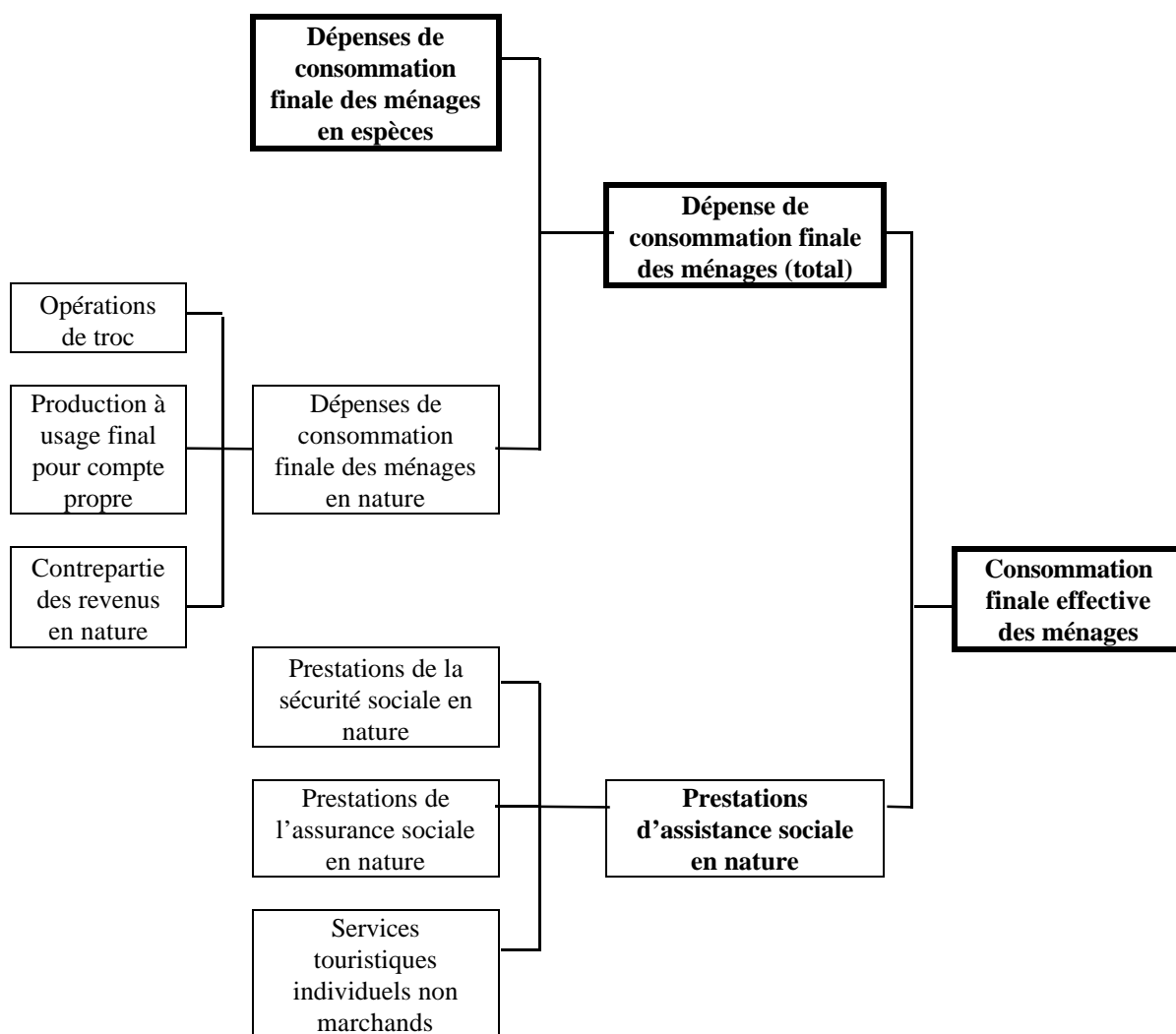
- 2.35 La dépense de consommation finale des ménages comprend "la dépense, y compris la dépense imputée, consacrée par les ménages résidents à l'acquisition de biens et de services de consommation individuels, y compris ceux vendus à des prix qui ne sont pas économiquement significatifs. La dépense de consommation finale exclut la dépense en actifs fixes sous forme de logements et la dépense en objets de valeur".¹³ Les opérations imputées correspondent à l'estimation de la production et de l'utilisation de biens par les ménages pour leur propre utilisation finale ou tout autre transfert ou opération en nature entre des unités institutionnelles, à l'exception des transferts sociaux en nature. Les biens et services reçus de l'employeur comme rémunération en nature sont inclus dans la dépense de consommation finale des ménages. Les autres types de services pour compte propre ne sont pas imputés.
- 2.36 En conséquence, la consommation finale des ménages ne comprend pas seulement l'ensemble des dépenses de consommation effectuées par les ménages sur leurs propres ressources en espèces (y compris tous les revenus perçus en espèces), mais aussi toute contrepartie des revenus en nature (à l'exception des transferts sociaux en nature) que le ménage est susceptible de recevoir, comme par exemple une rémunération en nature de ses employeurs ou d'autres transferts en nature d'autres ménages. Elle comprend également la valeur de toutes les consommations de production pour compte propre, telles que celles fournies par les logements au propriétaire qui les occupe.
- 2.37 La consommation finale effective des ménages se mesure par la valeur de tous les biens et services individuels de consommation acquis par les ménages résidents, à savoir:
- a. ceux acquis moyennant une dépense directe des ménages eux-mêmes ou qui leur est imputée (consommation pour leur propre usage final ou biens et services acquis auprès d'autres unités institutionnelles en tant que transferts en nature), autrement dit moyennant ce qu'on appelle la dépense de consommation finale des ménages;
 - b. ceux acquis au titre de transferts sociaux réalisés par des organismes privés sans but lucratif au service des ménages (OPSBLSM);
 - c. ceux acquis au titre de transferts sociaux en nature réalisés par les administrations publiques.
- 2.38 Les transferts sociaux en nature sont:
- a. les prestations de la sécurité sociale et de l'assistance sociale fournies en nature, c'est-à-dire sous la forme de biens, services ou actifs non numéraires ;
 - b. les autres services individuels prêtés aux ménages par des administrations publiques ou des OPSBLSM. Il s'agit en général des services de santé,

¹³ SCN93, § 9.94

d'éducation et sociaux prêtés au particulier à titre gratuit ou pour un prix symbolique, qui ne sont pas économiquement significatifs.

- 2.39 La figure II.1 résume ces relations entre les différents éléments constitutifs de la consommation
- 2.40 La dépense de consommation finale des ménages comprend toutes les dépenses de consommation engagées avec leurs propres ressources en espèces (y compris tous les types de revenus en espèces), ainsi que tous revenus en nature (à l'exception des prestations d'assistance sociale en nature) que le ménage est susceptible de recevoir, comme par exemple une rémunération en nature et d'autres transferts en nature. Elle comprend également les dépenses de consommation de biens et services produits pour compte final propre, tels que ceux produits par les unités de logement que possède le ménage ou ceux acquis dans des opérations de troc.
- 2.41 La consommation finale effective des ménages ajoute à la dépense de consommation finale des ménages les prestations d'assistance sociale en nature provenant des administrations publiques et des OPSBLSM. Il s'agit des prestations en nature de la sécurité sociale et de l'assistance sociale, ainsi que des biens et services non marchands fournis par le gouvernement et les OPSBLSM.

Figure II.1 Les différents éléments constitutifs de la consommation finale effective des ménages



B.2. Définition de la consommation des visiteurs

- 2.42 De la définition que le SCN93 donne de la consommation finale des ménages on peut tirer celle de la consommation des visiteurs: consommation finale d'une sous-catégorie spéciale des ménages ou des unités se comportant comme des ménages, les visiteurs, qui peuvent être des résidents ou des non-résidents de l'économie dont il s'agit.
- 2.43 Cependant, si l'on se conforme à ce nouveau point de vue sur la consommation des ménages, dont il ressort que la consommation des visiteurs va au-delà des dépenses restreintes aux dépenses propres des visiteurs, il apparaît que certaines dépenses de consommation que le SCN93 n'affecte pas aux ménages pour des raisons de cohérence générale du système trouvent légitimement leur place dans la consommation des visiteurs lorsque cette contrainte disparaît : cette observation se réfère à certaines dépenses de voyage payées par les unités productives pour le compte de leurs salariés ou d'autres personnes, à savoir des dépenses de transport

et d'hébergement, que le SCN93 classe comme consommation intermédiaire de ces unités productives au motif des avantages que lesdites unités tirent de ces dépenses. Pour les fournisseurs de ces biens et services, de même que pour les visiteurs eux-mêmes, quelle que soit l'unité institutionnelle qui enregistre le coût, les dépenses jouent un rôle similaire, si bien qu'aux fins de l'analyse du tourisme, elles doivent être affectées à la consommation des visiteurs sous la dénomination générale de "dépenses touristiques des producteurs".

- 2.44 Ces diverses considérations débouchent sur la définition ci-après de la consommation du visiteur, concept fondamental de l'approche par la demande: "dépense totale de consommation effectuée par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur pour et pendant son voyage et son séjour dans le lieu de destination".
- 2.45 La consommation du visiteur comprend tous les biens et services acquis par un visiteur ou pour son compte, que le SCN93 considère comme faisant partie de sa consommation effective. Aucun bien ou service de consommation ne peut être exclu de par sa nature. Si un produit est acquis par un visiteur lors d'un ou de plusieurs voyages ou en préparation d'un voyage, il est inclus dans la définition.
- 2.46 La notion de dépense de consommation effectuée pour le compte d'un visiteur est plus large que celle utilisée dans le SCN93 car, au-delà des dépenses en nature faites par d'autres unités institutionnelles dans l'intérêt du visiteur, elle inclut également les dépenses liées aux voyages engagées par les unités productives pour leurs salariés ou d'autres personnes, que le SCN93 considère comme de la consommation intermédiaire (dépenses touristiques des producteurs).
- 2.47 Certains paiements liés à un voyage et effectués par les visiteurs sont exclus de la consommation des visiteurs par les conventions du SCN93:
- a. ceux qui ne correspondent pas à l'achat de biens et de services de consommation, tels que :
- le paiement de taxes et de droits non prélevés sur des produits;
 - le paiement des intérêts, y compris ceux relatifs aux dépenses encourues pour ou pendant le voyage (net du SIFMI correspondant au visiteur)¹⁴;
 - l'achat d'actifs financiers ou non, y compris des terrains, des œuvres d'art et autres valeurs ;
 - tous les transferts en espèces tels que les donations à des organismes de bienfaisance ou à des particuliers, qui ne correspondent pas à un paiement de biens ou de services;

¹⁴ Les Services des Intermédiaires Financiers Mesurés Indirectement (SIFMI) se réfèrent aux services fournis par les intermédiaires financiers pour lesquels ils ne font pas de prélèvement explicite. Le montant est prélevé implicitement par l'application de taux d'intérêt différents pour les emprunteurs et pour les prêteurs. Le SCN93 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 : c'est le cas des visiteurs. Voir SCN93 § 6.124 à 6.131.

- b. tout achat effectué à des fins commerciales lors d'un voyage, c'est-à-dire en vue d'une revente ou d'une utilisation dans un processus de production ou au nom de son employeur, par un visiteur en voyage d'affaires (ces achats sont considérés comme une consommation intermédiaire ou comme formation brute de capital fixe de l'unité de production).
- 2.48 Les biens de consommation durables, définis comme "biens pouvant être utilisés aux fins d'une consommation répétée ou continue sur une période supérieure à un an, moyennant un taux d'usure physique normal ou moyen" ¹⁵ demandent un traitement spécial dans le cadre de la présente proposition, car ils peuvent être achetés à tout moment – pendant les voyages, en vue de voyages ou en dehors du contexte des voyages – et avoir de multiples usages.
- 2.49 Dans le CST, il est tenu compte de deux catégories différentes de biens de consommation durables:
- a. les biens de consommation durables touristiques spécialisés, à savoir les biens dont on peut considérer qu'ils servent presque exclusivement en voyage, comme les bagages, le matériel de camping (tentes, sacs de couchage, caravanes), le matériel de ski, le matériel de plongée, etc.;
 - b. les biens de consommation durables à usages multiples, à savoir ceux qui servent en partie en voyage et en partie dans l'environnement habituel.
- 2.50 Le traitement des biens de consommation durables diffère en application de la convention suivante:
- a. tous les biens de consommation durables (qu'ils soient spécialisés ou à usages multiples) achetés pendant le voyage sont inclus dans la consommation du visiteur;
 - b. avant et après le voyage, tous les biens durables touristiques spécialisés ainsi que les biens durables de petite dimension à usage personnel sont inclus dans la consommation des visiteurs;
 - c. en dehors du contexte d'un voyage, seuls les biens durables touristiques spécialisés qui sont achetés sont inclus dans la consommation des visiteurs.
- 2.51 S'agissant d'un bien de consommation durable acheté pendant un voyage mais vendu une fois le voyage terminé, la valeur à prendre en compte dans la consommation des visiteurs est égale à la différence entre le prix d'achat original et le prix obtenu par le visiteur lors de la revente ; les coûts d'utilisation ne sont pas pris en compte.
- 2.52 Pour conclure, la consommation du visiteur comprend:

¹⁵ SCN93 § 9.38

- toutes les dépenses de consommation effectuées pendant le voyage par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur, quelle que soit la nature des biens et services concernés, à condition qu'il s'agisse de biens et services de consommation ;
- toutes les dépenses de consommation faites avant le voyage par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur concernant des services manifestement liés au voyage (vaccinations, passeport, contrôles médicaux), ainsi que les petits articles à usage personnel;
- toutes les dépenses de consommation effectuées après le voyage par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur concernant des biens et des services manifestement liés au voyage lui-même (développement de pellicules photographiques, réparations, etc.);
- toutes les dépenses concernant des biens de consommation durables, dans les conditions de traitement précisées au paragraphe 2.50.

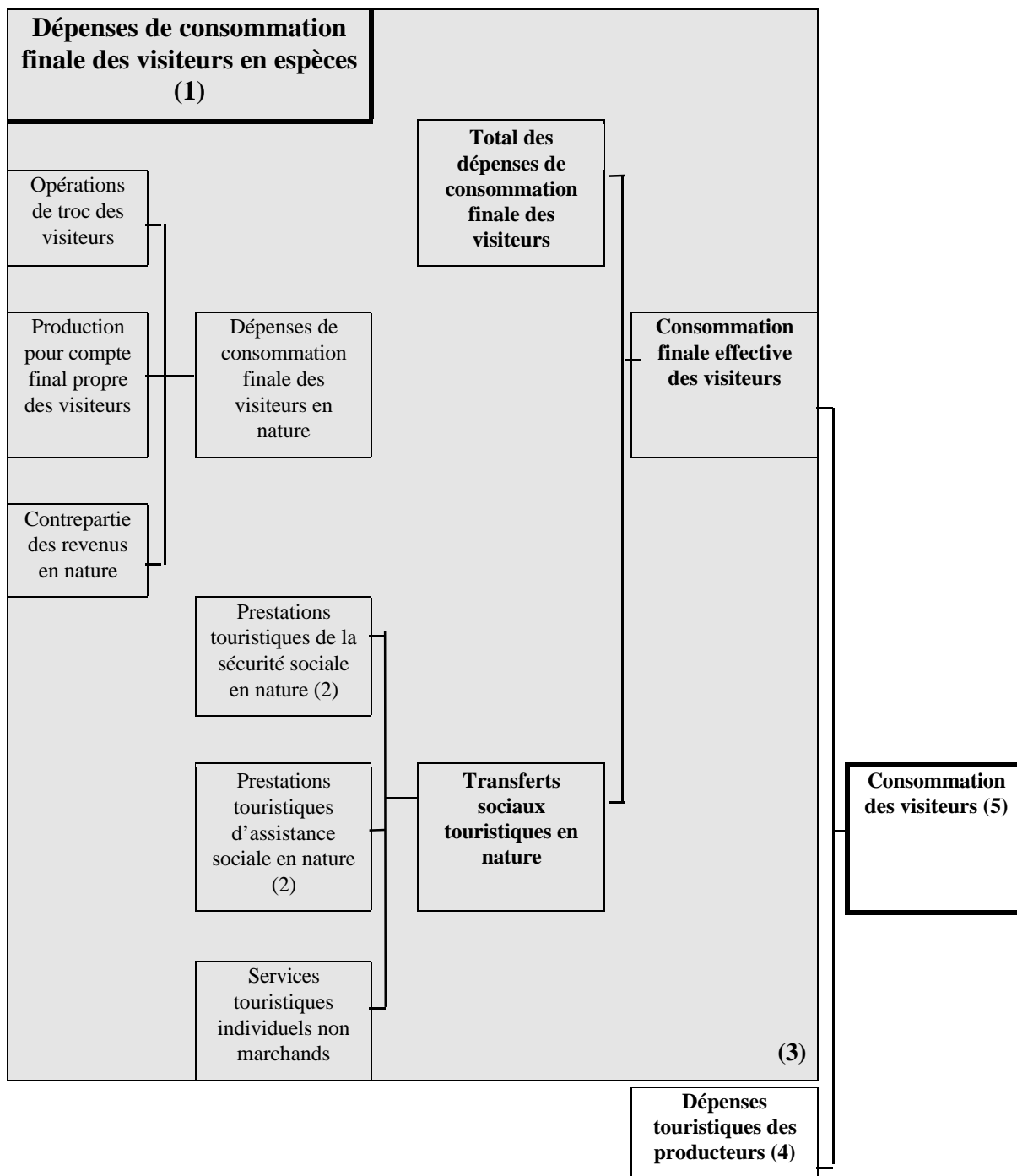
B.3. Composantes de la consommation des visiteurs

2.53 Comme il ressort des paragraphes précédents, la consommation des visiteurs va bien au-delà des achats des visiteurs durant leur voyage. Elle comprend également toutes les dépenses de biens et de services effectuées au nom des visiteurs par d'autres unités institutionnelles. Lorsque des espèces ou des actifs financiers sont transférés aux visiteurs afin de leur permettre de payer leurs voyages, les achats ainsi financés sont inclus dans la consommation des visiteurs. Y sont également incluses toutes les formes de transferts en nature et autres opérations dont bénéficient les visiteurs, lorsque ce ne sont pas des espèces ou des actifs financiers qui sont transférés mais les biens et les services eux-mêmes. Conformément à la définition que le SCN93 donne de la consommation finale effective des ménages, la consommation des visiteurs peut être représentée schématiquement comme le montre la figure II.2.

2.54 En conséquence, la consommation des visiteurs ne se limite pas aux dépenses de consommation du visiteur faites à l'aide de ses ressources en espèces. Elle englobe également les dépenses faites pour son compte par les unités suivantes :

- un ménage résident autre que celui du visiteur,
- une unité de production résidente agissant en tant que telle,
- les administrations publiques et les organismes privés sans but lucratif au service des ménages (OPSBLSM) de l'économie concernée,
- toute autre unité non résidente.

Figure II.2 Les éléments constitutifs de la consommation des visiteurs



- (1) Il s'agit toujours de la composante la plus importante du total de la consommation des visiteurs ou pour le compte des visiteurs. C'est ce que signifie généralement l'expression "dépense des visiteurs", mais le SCN93 oblige à utiliser des termes définis avec plus de précision. L'expression "en espèces" n'implique pas forcément un déboursement fait "en espèces", mais vise toutes les dépenses de consommation finale des visiteurs qui ne sont pas en nature.
- (2) Le terme "touristiques" vise les transferts à des fins touristiques destinés à des visiteurs potentiels.
- (3) La zone en grisé représente la part de la consommation totale des visiteurs ou pour le compte des visiteurs qui correspond strictement à la transposition pour les visiteurs (aussi bien résidents que non résidents) du concept de consommation finale effective des ménages du SCN93.
- (4) Comprend exclusivement les dépenses de transport et de logement des salariés en voyage d'affaires et celles encourues par les entreprises pour le compte d'invités en dehors de leur environnement habituel.
- (5) La consommation des visiteurs comprend la consommation totale des visiteurs ou pour le compte des visiteurs et elle pourrait donc aussi être appelée "demande des visiteurs". Le visiteur étant au centre de l'activité touristique, la consommation des visiteurs se

rapporte à la consommation individuelle par opposition à la consommation touristique collective qui définit une autre composante de la demande touristique.

B.4. Lieu où la consommation des visiteurs est effectuée

- 2.55 Il importe de bien comprendre qu'alors que la consommation des visiteurs est toujours liée à des personnes qui voyagent ou prévoient de voyager en dehors de leur environnement habituel, l'acquisition de biens et de services peut très bien intervenir dans l'environnement habituel du visiteur, que cela soit dû à la nature du bien ou du service acheté (par exemple un billet d'avion doit être acheté dans l'environnement habituel, même s'il est considéré comme consommé durant le voyage) ou au fait que cette acquisition intervient avant ou après le voyage mais est manifestement liée à celui-ci.
- 2.56 Il n'est donc pas très facile de déterminer le lieu de la consommation du visiteur en se basant sur l'itinéraire ou la destination de celui-ci. Il est important de localiser géographiquement ces dépenses afin d'analyser leur impact sur une économie: c'est vrai lorsque les comptes sont établis à l'échelon national et encore plus lorsqu'ils le sont établis à l'échelon sous-national. Sur la base des types et catégories de tourisme et compte tenu du fait que la consommation est une activité des visiteurs. Il convient de distinguer les agrégats suivants, basés sur les différentes formes de tourisme ¹⁶ :

Tourisme interne : tourisme des visiteurs résidents dans les limites du territoire économique du pays en question	Consommation du tourisme interne : consommation des visiteurs résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence
Tourisme récepteur : tourisme des visiteurs non résidents dans les limites du territoire économique du pays en question	Consommation du tourisme récepteur : consommation des visiteurs non résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence et/ou celle fournie par les résidents
Tourisme émetteur : tourisme des visiteurs résidents en dehors du territoire économique du pays en question	Consommation du tourisme émetteur : consommation des visiteurs résidents en dehors du territoire économique du pays de référence
Tourisme intérieur : tourisme des visiteurs tant résidents que non résidents dans les limites du territoire économique du pays en question	Consommation du tourisme intérieur : consommation des visiteurs tant résidents que non résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence et/ou celle fournie par les résidents
Tourisme national : tourisme des visiteurs résidents dans les limites et en dehors du territoire économique du pays en question	Consommation du tourisme national : consommation des visiteurs résidents dans les limites et en dehors du territoire économique du pays de référence

- 2.57 La **consommation du tourisme interne** est la consommation des visiteurs résidents à l'intérieur de leur pays de résidence. La destination finale du visiteur peut être à l'intérieur ou à l'extérieur du pays en question, mais l'activité de consommation à laquelle s'applique cette expression doit se situer à l'intérieur du pays en question. Cette consommation peut comprendre des biens ou même des services produits à l'étranger ou par des non-résidents mais vendus dans le pays recenseur (biens et services importés).

¹⁶ Comme la présente proposition limite son champ d'application aux activités des visiteurs à l'intérieur du territoire économique en question, ainsi que des visiteurs qui y entrent ou qui le quittent, il n'y est pas fait mention du "tourisme international".

- 2.58 La **consommation du tourisme récepteur** est la consommation réalisée par les visiteurs non résidents à l'intérieur du territoire économique du pays de référence et/ou celle fournie par les résidents. Les achats réalisés dans d'autres pays sont exclus.¹⁷ Les biens achetés dans le pays recenseur peuvent également avoir été importés.
- 2.59 La **consommation du tourisme émetteur** est la consommation réalisée par les visiteurs résidents en dehors du territoire économique du pays de référence et fournie par les non-résidents. Elle ne comprend pas les biens et services achetés pour ou après le voyage à l'intérieur du pays de référence,¹⁸ étant donné que cette activité de consommation est englobée dans la notion de consommation du tourisme interne.
- 2.60 La **consommation du tourisme intérieur** comprend toutes les dépenses de consommation des visiteurs, résidents ou non, à l'intérieur du territoire économique du pays de référence et/ou celle fournie par les résidents. Elle est la somme de la consommation du tourisme interne et de la consommation du tourisme récepteur. Elle peut inclure des biens et services importés dans le pays recenseur, où ils sont vendus aux visiteurs. Cet agrégat, qui comprend tous les éléments constitutifs qu'indique la figure II.2, offre par conséquent la mesure la plus large de la consommation touristique dans le pays recenseur.
- 2.61 La **consommation du tourisme national** comprend toutes les dépenses de consommation des visiteurs résidents dans les limites et en dehors du territoire économique du pays de référence. Elle est la somme de la consommation du tourisme interne et de la consommation du tourisme émetteur. Ces achats peuvent comprendre des biens et services produits dans le pays en question, des biens importés achetés à des fournisseurs résidents et des biens et services achetés à des fournisseurs non résidents, par exemple dans les pays visités.
- 2.62 La présente proposition limite son champ d'application aux activités des visiteurs à l'intérieur du territoire économique d'un pays donné, ainsi que des visiteurs qui y entrent ou qui le quittent. Il n'est pas tenu compte des conséquences, pour une économie déterminée, de l'accroissement de l'ensemble des flux de visiteurs dans le monde entier, pour autant que ces flux ne correspondent pas à des mouvements à l'intérieur du territoire économique du pays en question, vers ce territoire ou en provenance de lui. Par exemple, l'effet du transport direct d'un visiteur du pays A au pays B par une compagnie aérienne du pays C ne sera pas comptabilisé dans le CST du pays C, parce que le visiteur n'est pas entré dans le territoire économique du pays C et ne l'a pas non plus quitté. De même, l'augmentation de l'offre de souvenirs ou d'autres objets produits dans une économie pour être vendus dans une autre ne sera pas prise en considération dans le CST de l'économie où ces biens ont été produits.

¹⁷ Les achats réalisés par l'intermédiaire d'agences de voyages et de voyagistes feront l'objet d'un traitement particulier qui sera expliqué aux § 4.14 et 4.16.

¹⁸ Les achats réalisés par l'intermédiaire d'agences de voyages ou de voyagistes feront l'objet d'un traitement particulier qui sera expliqué aux § 4.14 et 4.16.

B.5 Aspects particuliers

- 2.63 Sous ce titre, il est examiné quelques sujets spéciaux liés aux activités touristiques qui ont une incidence sur la consommation, comme le cas des services fournis au sein d'un ménage ou par les résidences secondaires qu'occupe le propriétaire ou encore par les agences de voyages, le traitement à réserver aux voyages organisés et les difficultés particulières que soulève le traitement des biens dans le CST.

B.5.1. Services fournis au sein d'un ménage

- 2.64 Le concept de production utilisé dans le SCN93 ne comprend pas les services assurés par un ménage au profit de ses propres membres, à deux exceptions près : la prestation de services par les logements qu'occupe le propriétaire et la production de services domestiques par des employés de maison. Le CST adopte ces conventions et ne considère ni comme extrant ni comme consommation l'autoprestation de services de transport par un ménage (par ex. le fait de conduire la famille en voiture jusqu'à une destination éloignée) ou le service que constitue la préparation des repas (par ex. le fait de préparer et de servir des repas à la famille dans un logement indépendant avec cuisine au cours d'un voyage).
- 2.65 S'agissant des services (autres que d'hébergement) assurés gratuitement par un ménage aux membres d'un autre ménage en visite, selon les principes du SCN93 et de la Balance des paiements, seule l'augmentation de la consommation du ménage résultant de la prestation de ces services sera comptabilisée comme transfert en nature et comme consommation du visiteur.

B.5.2. Services d'hébergement assurés par des résidences secondaires pour compte propre ou gratuitement

- 2.66 Par souci d'homogénéité de traitement entre logements loués et logements occupés pour compte propre, le SCN93 recommande de comptabiliser comme service d'hébergement pour compte propre tous les logements occupés par leurs propriétaires. Dans ce cas, les services d'hébergement qui y sont associés sont estimés sur la base soit de ces caractéristiques, soit du loyer moyen réel sur le marché, lorsqu'il existe un marché de location actif pour des unités analogues.
- 2.67 Cette recommandation ne s'applique pas uniquement à l'unité de logement principale d'un ménage mais à toutes les unités de logement appartenant aux ménages. Elle s'applique donc également aux résidences secondaires et notamment, aux fins du CST, à celles dont il est fait un usage touristique pour compte propre ou qui sont offertes gratuitement à des visiteurs. Un service d'hébergement doit être comptabilisé à la fois comme activité de production et comme dépense de consommation pour le propriétaire (ou pour le visiteur s'il reçoit ce service à titre gratuit d'un autre ménage). Il fait partie de l'offre touristique et de la consommation

des visiteurs. Enfin, la production propre des services d'hébergement fournis aux visiteurs est exclue.

B.5.3. Services d'agences de voyages

2.68 Divers services associés au tourisme comme les transports (location de voitures comprise), l'hébergement et les voyages organisés sont vendus au public, moyennant commission ou forfait, par l'intermédiaire des agences de voyages. Ce rôle d'intermédiaire entre le prestataire réel des services touristiques et les visiteurs crée, lors de l'élaboration d'un CST, quelques problèmes difficiles qui sont traités au chapitre III (B.2.3).

B.5.4 Voyages organisés

2.69 Les voyages organisés sont des produits complexes offerts aux visiteurs, qui se composent d'un ensemble de produits touristiques élémentaires divers comme les transports, l'hébergement, les services de restauration, les activités récréatives, etc. Le traitement homogène des services touristiques achetés séparément et de ceux achetés dans le cadre de ces forfaits présente certaines caractéristiques particulières qui sont examinées de façon approfondie au chapitre III (B.2.4).

B.5.5 Les biens comme élément de la consommation des visiteurs

2.70 Bien que leur consommation porte essentiellement sur des services, les visiteurs achètent aussi des biens, pendant leur voyage et également avant leur départ en vue de les utiliser en cours de voyage. Un bien, lorsqu'il est acheté par le consommateur final, peut être considéré sous l'angle économique comme un élément complexe, comprenant non seulement ses aspects matériels mais aussi tous les services de la chaîne de distribution qui l'ont rendu disponible au bon moment et au bon endroit pour que son achat soit possible. Les conséquences de cette nature économique des biens pour le CST sont examinées à fond au chapitre III (B.2.5).

C. Consommation touristique collective

2.71 Parmi les nombreux services assurés par les administrations publiques, les services collectifs non marchands jouent un rôle particulier: ils visent à offrir la structure et l'organisation essentielles à la vie en société de manière à ce que la collectivité nationale puisse exercer ses différentes activités de façon harmonieuse et conformément aux principes qu'elle a déclarés siens.

2.72 Conformément au SCN93, les services collectifs non marchands doivent présenter l'ensemble des caractéristiques suivantes: ¹⁹

¹⁹ SCN93, § 9.83

- a. ils peuvent être fournis 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;
- 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. Il n'y a pas de rivalité dans l'acquisition.

2.73 Dans le cas du tourisme, les services collectifs concernent les mesures de législation et de réglementation du tourisme, la promotion du tourisme par les organismes publics, le maintien de l'ordre et de la sécurité et l'entretien des espaces publics, pour n'en citer que quelques-uns.

2.74 Le SCN93 n'autorise pas l'affectation de la valeur des services collectifs à la consommation des ménages et crée, par conséquent, une catégorie spécifique, celle de "dépense de consommation des administrations publiques et des OPSBLSM".²⁰

2.75 Dans la présente proposition, la consommation touristique collective est considérée comme faisant partie de la demande touristique, conformément aux recommandations du SCN93, même si, pour le moment, l'approche de cet élément constitutif ne revêt qu'un caractère expérimental, faute d'expérience dans ce domaine. Il s'ensuit que pour l'instant, il ne faudra pas se servir de l'estimation de l'agrégat correspondant pour des comparaisons internationales.

D. Formation brute de capital fixe du tourisme

2.76 Le SCN93 définit la formation brute de capital fixe comme étant "la valeur totale des acquisitions, moins les cessions, d'actifs fixes au cours de la période comptable, plus certaines additions à la valeur des actifs non produits réalisées par l'activité productive des unités institutionnelles. Les actifs fixes sont des actifs corporels ou incorporels issus de processus de production, qui sont eux-mêmes utilisés de façon répétée ou continue dans d'autres processus de production pendant plus d'un an".²¹

2.77 L'analyse de la formation brute de capital fixe, et plus généralement de l'acquisition nette d'actifs corporels non financiers, est particulièrement importante pour le tourisme en raison du fait que l'existence d'une infrastructure de base dans les domaines du transport, du logement, des loisirs, des centres d'intérêt touristique, etc. détermine dans une large mesure les flux entrants de visiteurs. Il est cependant difficile d'identifier les biens de capital fixe dont l'acquisition ou la production est liée aux besoins des visiteurs, de sorte qu'elles peuvent être qualifiées de formation brute de capital fixe du tourisme.

²⁰ SCN93, § 9.75

²¹ SCN93, § 10.33

- 2.78 Une fois identifiés les formations brutes de capital fixe qui ont une relation quelconque avec l'offre de tourisme, il est plus difficile encore d'établir l'intensité de l'usage touristique qui intervient dans cette offre (qui pourrait fournir l'information nécessaire à l'établissement de la part du tourisme dans ce poste).²²
- 2.79 Dans la présente proposition, la formation brute de capital fixe du tourisme est considérée comme faisant partie de la demande touristique, conformément aux recommandations du SCN93, même si, pour le moment, l'approche de cet élément constitutif ne revêt qu'un caractère expérimental, faute d'expérience dans ce domaine. Il s'ensuit que pour l'instant, il ne faudra pas se servir de l'estimation de l'agrégat correspondant pour des comparaisons internationales.

²² Pour la liste proposée, voir CST § 4.64 et tableau 8.

III. Approche par l'offre: concepts et définitions

- 3.1 Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. Le visiteur est donc au centre de l'activité touristique et de son existence.
- 3.2 Néanmoins, l'analyse économique du tourisme oblige à la fois à préciser les ressources utilisées par les visiteurs pendant leurs voyages – et parmi elles, la consommation des biens et des services qu'ils acquièrent – et à caractériser les unités économiques qui leur fournissent ces biens et services. Les deux aspects revêtent une importance particulière.
- 3.3 La plupart des classifications économiques générales de produits et d'activités sont établies du point de vue de l'offre des producteurs avec une caractérisation des processus de production, tandis que le tourisme est un phénomène défini à l'origine du point de vue de la demande. En conséquence, si l'on veut décrire et évaluer correctement et utilement l'impact économique du tourisme, il faut quelque peu adapter ces classifications.
- 3.4 Aux difficultés méthodologiques de l'adaptation du cadre de classification traditionnel s'ajoute le fait que jusqu'à présent, les expériences nationales de chiffrage du tourisme du point de vue de la demande sont assez rares. Par conséquent, c'est à peine si les pays qui ont déjà élaboré un CST peuvent fournir des critères statistiques précis susceptibles de servir universellement.
- 3.5 Pour le moment, l'approximation statistique afin de définir quand un produit ou une activité est caractéristique du tourisme ou connexe au tourisme requiert le recours à des critères pragmatiques. Dans un proche avenir, lorsqu'il y aura un plus grand nombre de pays élaborant leur CST, non seulement il sera possible de substituer des critères plus rigoureux à ceux qui sont suggérés à l'heure actuelle mais les classifications proposées pour la préparation des tableaux du CST seront modifiées et étendues.
- 3.6 La présente proposition se limite, pour l'heure, aux classifications à utiliser dans les tableaux qui constituent l'essentiel du système (tableaux 1 à 6 et tableau 10), dans lesquels les différents types et catégories de consommation des visiteurs et l'offre correspondante forment la structure de base.
- 3.7 Pour la préparation des tableaux concernant la consommation touristique collective et la formation brute de capital fixe du tourisme, la liste de produits proposée est tout à fait expérimentale et on ne tente nullement de fournir des critères permettant de la dresser.

A. Produits spécifiques du tourisme

3.8 La consommation du visiteur englobe la "dépense totale de consommation effectuée par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur pour et pendant son voyage et son séjour dans le lieu de destination".¹

3.9 Il en découle que la portée de la consommation du visiteur est pratiquement la même que celle de la consommation finale effective des ménages du SCN93; elle englobe par conséquent toute consommation de biens et de services.

3.10 Mais ces biens et services ne revêtent pas tous la même importance pour l'estimation de la consommation du visiteur étant donné que le niveau et la structure de la consommation d'un individu se modifient lorsqu'il est en dehors de son environnement habituel. Cela signifie que les structures et les classifications pertinentes pour l'étude et la description de la consommation des ménages peuvent ne pas l'être autant lorsqu'il s'agit plus spécifiquement du tourisme.

3.11 Le SCN93 reconnaît ce type de difficulté, puisqu'il recommande de débiter l'établissement d'un compte satellite à orientation fonctionnelle "en partant d'une analyse de la structure des dépenses de tourisme par produits et en recherchant ensuite de quelles activités sont issus ces biens ou ces services".²

3.12 Selon le SCN93,

"La première chose à faire consiste à définir les biens et les services que l'on considère comme **spécifiques** du domaine étudié. Il convient de distinguer pour cela deux types de biens et de services, à savoir ceux qui sont **caractéristiques** de ce domaine et les biens ou services **connexes**. Les premiers sont les produits typiques du domaine considéré... Les biens et services connexes sont des produits dont les emplois nous intéressent parce que, sans être typiques du domaine étudié, ils entrent de toute évidence dans les dépenses qui y sont consacrées, soit par leur nature, soit parce qu'ils font partie de groupes plus généraux de produits... La ligne précise de démarcation entre produits caractéristiques et produits connexes dépend de l'organisation économique du pays et de la fonction des comptes satellites".³

.....

"Dans la réalité, il est toutefois indispensable pour l'analyse de présenter séparément les emplois de biens et de services caractéristiques et les emplois de biens et de services connexes".⁴

¹ *Recommandations de l'ONU et de l'OMT sur les statistiques du tourisme*, § 85

² SCN93, § 21.16

³ SCN93, § 21.61 et 21.62

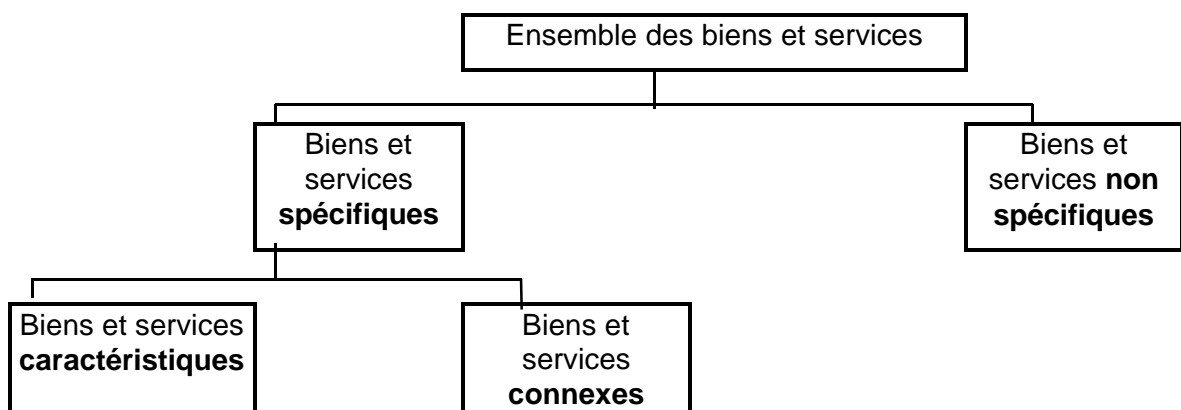
⁴ SCN93, § 21.66

3.13 Si l'on applique ces principes au tourisme, les produits (biens et services) caractéristiques du tourisme et ceux qui y sont connexes, à différents niveaux de détail de la classification, seraient extraits de la liste provisoire des Produits spécifiques du tourisme (PST) dressée par l'OMT afin de parvenir à la comparabilité internationale des données. Comme indiqué par ailleurs, pour le moment, la qualification d'un produit – caractéristique du tourisme ou connexe au tourisme – repose sur des critères pragmatiques faute d'expérience dans l'utilisation de listes détaillées de produits pour la quantification des effets économiques du tourisme. Aussi la présente liste est-elle provisoire et sera-t-elle mise à jour périodiquement. À terme, lorsqu'il aura été acquis davantage d'expérience en matière de comptes satellites à orientation fonctionnelle dans d'autres domaines, comme la santé ou l'éducation, il faudra que cette liste soit augmentée et modifiée.

3.14 La définition des produits considérés comme caractéristiques du tourisme ou connexes au tourisme devrait se fonder sur les critères pragmatiques suivants:

- **Produits caractéristiques du tourisme:** ceux qui, dans la plupart des pays, cesseraient d'exister en quantité significative ou dont la consommation diminuerait de façon significative en cas d'absence de visiteurs, et pour lesquels il semble possible d'obtenir des données statistiques
- **Produits connexes au tourisme:** ceux qui sont consommés par les visiteurs en quantité significative pour les visiteurs et/ou les producteurs mais qui ne sont pas inclus dans la liste des produits caractéristiques du tourisme
- **Produits spécifiques du tourisme:** la somme des produits caractéristiques du tourisme et des produits connexes au tourisme; la spécificité des produits serait donc associée à une évaluation spéciale.

3.15 Dans le cadre de l'analyse de la consommation du visiteur, l'ensemble des biens et services se répartit comme suit:



3.16 Aux fins de la présente proposition, la question de la classification doit être considérée de deux points de vue différents, qui se complètent mutuellement, à savoir l'adaptation aux besoins particuliers et à la structure statistique du pays recenseur et la comparabilité internationale.

- 3.17 S'il s'agissait de mettre l'accent sur l'adaptation aux besoins et possibilités de chaque situation particulière, cette proposition pourrait se limiter à fournir des orientations quant aux critères susceptibles de servir à déterminer les biens et services spécifiques du tourisme, et laisser les responsables de l'évaluation libres de leur choix.
- 3.18 Toutefois, les organisations internationales se préoccupent également de leur responsabilité et de leur fonction institutionnelles et c'est pourquoi elles cherchent à fournir une base de comparaison internationale.
- 3.19 En vue de combiner les deux objectifs que constituent, d'une part, la comparabilité internationale pour l'essentiel des biens et services touristiques et des activités de production du secteur et, d'autre part, la prise en compte des besoins spéciaux, de la capacité technique et du développement statistique des responsables de l'évaluation, il est fait deux propositions différentes:
- a) L'une concerne la perspective de la publication des résultats des CST par des organisations internationales. Cette proposition sous-entend que, pour le monde entier, on ne parviendra à la comparabilité internationale que sur la base d'une liste fixe de produits caractéristiques du tourisme à mettre à jour périodiquement. De leur côté, des institutions régionales (OCDE, EUROSTAT, etc.) pourraient dresser des listes plus longues ou différentes afin d'assurer une comparabilité satisfaisante entre leurs pays membres, à condition de maintenir une correspondance entre ces listes et les classifications de base. Pour aboutir à la liste des produits caractéristiques du tourisme ⁵ en appliquant les critères énoncés, il faudrait pousser la désagrégation des produits de manière à ce que la nature caractéristique d'un produit puisse être plus facilement repérée. Néanmoins, cette possibilité est limitée par le degré élevé d'agrégation des données qu'obtiennent la plupart des pays (dans la majorité des cas, elles ne vont pas au-delà du niveau à quatre chiffres de la CCP Rév.1). ⁶ En conséquence, le CST proposé ici présente, pour le moment, un degré élevé d'agrégation qui est décrit au paragraphe 1.1 "Classifications utilisées" du chapitre IV et qui est appliqué dans les tableaux 1 à 7.
 - b) Tout pays souhaitant élaborer sa propre liste de biens et de services spécifiques du tourisme (c.-à-d. caractéristiques plus connexes) devrait se reporter à la liste provisoire des Produits spécifiques du tourisme (PST). Il devrait toutefois fournir les données demandées par les organisations internationales en employant les classifications proposées dans le présent document.
- 3.20 Il découle de ce qui précède que la liste des Produits caractéristiques du tourisme (CST/PCT) proposée comprend des biens et des services, bien qu'elle porte essentiellement sur les services considérés depuis toujours comme des services touristiques parce qu'ils répondent aux besoins généraux des visiteurs, comme l'hébergement, les services de restauration, les transports sur de grandes distances

⁵ CST, § 4.24

⁶ CCP: *Classification centrale de produits*, (CCP rev. 1.0) des Nations Unis, 1998

et les services associés (y compris la location de voitures), les services de voyagistes, les services de guides et les services culturels et récréatifs.

- 3.21 Il est proposé, pour le moment, de limiter aux services la liste des Produits caractéristiques du tourisme aux fins des comparaisons internationales et ce, pour deux raisons principales :
- a. la première a trait aux grandes différences existant entre les biens achetés par les visiteurs selon les pays et les endroits;
 - b. la deuxième a trait au fait que l'information statistique de base à utiliser pour remplir les tableaux vient des visiteurs eux-mêmes; or, on constate que, dans la plupart des cas, le recours à cette source statistique rend difficile le dépassement des larges notions de "shopping" ou de "souvenirs".
- 3.22 Les produits connexes (c'est-à-dire les produits spécifiques qui ne sont pas caractéristiques) se référerait à des catégories de produits différentes: ceux que l'on trouve dans la plupart des circonstances mais qui sont de moindre importance, comme par exemple les services de taxi, ou ceux dont la fourniture est liée à certaines caractéristiques locales du lieu visité et qui ne seraient pas nécessairement importants ailleurs, comme par exemple les produits de l'artisanat et les souvenirs. Dans le cas des produits connexes (pour lesquels le système n'exige pas la comparabilité internationale), il est possible pour un pays d'offrir une ventilation très détaillée, en fonction de ses moyens statistiques.

B. Activités spécifiques du tourisme

B.1 Principes généraux

- 3.23 Le SCN93 met l'accent sur l'analyse des producteurs caractéristiques dans un compte satellite :
- "Dans un compte satellite, l'étude de la production met principalement l'accent sur les activités et les producteurs caractéristiques. Comme on l'a vu [par ex. SCN § 21.61, *référence ajoutée*], les biens et services caractéristiques sont ceux typiques du domaine étudié. Les activités dont ils résultent sont qualifiées d'"activités caractéristiques" et les producteurs qui exercent une activité caractéristique sont dits "producteurs caractéristiques".⁷
- 3.24 Une fois défini l'ensemble des produits caractéristiques du tourisme, on pourrait clore l'examen des **activités caractéristiques du tourisme** en disant qu'elles peuvent être identifiées comme celles dont la production principale est un produit considéré préalablement comme caractéristique du tourisme.⁸

⁷ SCN93, § 21.98

⁸ CST, § 3.14

- 3.25 De même, les **activités connexes au tourisme** peuvent être identifiées comme les activités productives dont la production principale est un produit précédemment considéré comme connexe au tourisme.
- 3.26 Il faut quand même rappeler que la relation entre la classification des produits d'après la CCP Rév.1 et la classification des activités productives d'après la CITI n'aboutit pas forcément à un strict parallélisme entre leurs catégories, 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 même catégorie de la CCP; c'est de la nature du produit qu'il est tenu compte lors de sa classification, non de son origine industrielle : même obtenus à l'aide de procédés de production différents, deux produits de nature similaire sont classés dans la même catégorie de la CCP. Cela rend un peu difficile le passage de la caractérisation d'un produit à celle d'une activité productive et réciproquement, et ne mène pas nécessairement à une solution unique.
- 3.27 Un aspect important des activités caractéristiques du tourisme et des activités connexes au tourisme est qu'elles doivent servir les visiteurs eux-mêmes, c'est-à-dire qu'il doit y avoir un contact direct entre le fournisseur du produit et le consommateur. Pour la plupart des services, le producteur et le vendeur sont les mêmes, si bien que cela ne constitue pas une restriction. Dans le cas des biens, cependant, il existe habituellement un ou plusieurs intermédiaires entre le producteur et le consommateur final.
- 3.28 S'il existe très souvent une relation physique directe lors de la livraison des biens et de la prestation des services au visiteur, l'expression "contact direct" ne se réduit pas au sens de contact physique mais doit être employée dans un sens plus large, puisque l'objectif est d'évaluer les répercussions économiques du tourisme dans un contexte macroéconomique.
- 3.29 Si l'on se base sur les critères de détermination des produits caractéristiques et connexes, certaines activités peuvent être considérées comme caractéristiques du tourisme ou connexes au tourisme même si leur production typique n'est pas principalement vendue aux visiteurs, en raison de l'importance de ce produit typique pour ceux-ci. Tel est le cas des restaurants ou de certains services de transport avec d'importantes migrations quotidiennes ou bien encore de l'activité de transport de marchandises lorsqu'on ne peut pas la séparer statistiquement de celle du transport de passagers.
- 3.30 Comme elle l'a fait pour les produits spécifiques du tourisme ⁹, le but étant de parvenir à la comparabilité internationale, la présente proposition considère deux cas distincts :
- a) dans un souci de comparabilité internationale, il a été dressé une liste d'activités caractéristiques du tourisme à un niveau d'agrégation similaire à ce qui a été fait pour les produits;¹⁰

⁹ CST, § 3.19

¹⁰ CST, § 4.24

b) tout pays souhaitant élaborer sa propre liste d'activités spécifiques du tourisme devrait se reporter à la Classification internationale type des activités touristiques (CITAT) élaborée par l'OMT pour assurer la comparabilité internationale des données.

3.31 En raison de la nature particulière de la consommation touristique, qui n'est pas définie par les produits objets de cette consommation mais par le but particulier que le consommateur cherche à atteindre (s'éloigner de chez lui), il peut y avoir des différences importantes entre la production des activités caractéristiques du tourisme dans un pays et la consommation intérieure du tourisme dans ce même pays. L'importance de ces différences dépendra de la mesure dans laquelle la consommation des visiteurs sera fournie par des producteurs qui n'appartiennent pas à la catégorie des activités caractéristiques du tourisme, et aussi de la place occupée, dans la consommation des non-visiteurs, par des producteurs qui, eux, appartiennent à cette catégorie. Le niveau de détail de l'information disponible en termes de biens et services et d'activités a également un effet important sur cette différence.

3.32 La figure III.1 illustre cette situation : les cellules entourées d'un trait double indiquent les éléments sur lesquels le CST concentre son analyse de l'offre touristique. De même, les cellules en grisé correspondent aux éléments sur lesquels porte l'analyse de la consommation touristique. Cela montre bien qu'il n'y a aucun motif pour que dans un pays recenseur donné, la consommation des visiteurs soit égale à la production des activités caractéristiques du tourisme.

Figure III.1: Les éléments sur lesquels portent l'analyse de l'offre touristique et celle de la consommation touristique

	Activités caractéristiques du tourisme (*)			Activités connexes au tourisme (*)			Activités non spécifiques du tourisme (*)				
	Production principale		Production secondaire	Production principale		Production secondaire	Production principale		Production secondaire		
	Produits fournis aux:	Produits caractéristiques	Produits connexes	Produits non spécifiques	Produits connexes	Produits caractéristiques	Produits non spécifiques	Produits non spécifiques	Produits caractéristiques		Produits connexes
Visiteurs											Eléments sur lesquels porte l'analyse de la consommation touristique intérieure
Non-visiteurs											
	Eléments sur lesquels porte l'analyse de l'offre touristique										

(*) Il s'agit exclusivement des produits caractéristiques et connexes de nature touristique

B.2. Aspects particuliers

3.33 Lors de l'examen de la demande au chapitre II, il a été question dans la section B.5 d'éléments particuliers ayant à voir avec les services fournis au sein d'un ménage, les services d'hébergement assurés par des résidences secondaires pour compte propre ou gratuitement, les services d'agences de voyages et les services de voyagistes. Les traitements proposés concernant la demande se répercutent sur la façon dont il faut envisager la production de ces services du point de vue de l'offre. C'est essentiellement ce dont il sera question dans les paragraphes ci-après. Un autre problème important est la manière dont le CST aborde la demande et l'offre de biens. Ce sera le dernier sujet traité sous ce titre.

B.2.1. Services fournis au sein d'un ménage

3.34 Il n'a été repéré aucun produit spécifique relevant de cette rubrique, ni aucun processus particulier de production : le traitement comme achat supplémentaire de biens et de services n'a pas d'effet particulier sur la façon dont l'offre doit être considérée.

B.2.2 Services d'hébergement assurés par des résidences secondaires pour compte propre ou gratuitement

3.35 Il a été rappelé en temps voulu que dans le SCN93, pour assurer l'homogénéité de traitement des situations où un logement est loué et où un logement est occupé par son propriétaire, un service d'hébergement pour compte propre est associé à la propriété d'un logement occupé par son propriétaire à la fois en tant qu'activité de production et en tant que production et consommation d'un service spécifique. Il a également été noté qu'il en était ainsi aussi bien pour les logements principaux que pour les résidences secondaires et notamment, ce qui nous intéresse particulièrement ici, pour les résidences secondaires que le propriétaire destine essentiellement à un usage touristique, autrement dit à de courts séjours (inférieurs à douze mois consécutifs) et qu'il ne possède pas pour y avoir une activité rapportant un revenu.

3.36 En conséquence, il faut associer une activité touristique spécifique à la propriété d'une résidence secondaire ayant principalement un usage touristique et il est donc produit un service d'hébergement touristique que consomment les visiteurs.

3.37 Cette activité spécifique est d'un genre particulier, parce que la seule propriété d'une résidence secondaire à des fins touristiques pour compte propre crée un service touristique et une consommation équivalente : aucune visite d'une personne quelle qu'elle soit dans cette unité d'habitation n'est nécessaire pour créer le service, puisque, comme pour n'importe quelle unité d'habitation pour compte propre, la valeur du service fourni dépend uniquement de l'existence de l'unité d'habitation et de ses qualités inhérentes, telles que l'emplacement, la configuration, le type de construction, la grandeur et l'équipement installé, et non d'une quelconque qualité du visiteur.

B.2.3. Agences de voyages

- 3.38 Lorsqu'ils projettent et organisent leur voyage, les visiteurs (ou futurs visiteurs) ont fréquemment recours aux services d'une agence de voyages. Ces agences ont principalement pour fonction de vendre le droit d'utiliser un certain service à un certain moment et moyennant certaines conditions. Elles ne se substituent pas à l'unité qui fournit le service mais jouent seulement un rôle d'information auprès du visiteur en vue de l'achat de certains services, dont la prestation sera assurée, en fin de compte, par les producteurs et non par l'agence de voyages, dont l'activité commerciale ne porte que sur le droit d'utiliser et pas sur l'usage lui-même.
- 3.39 D'une certaine façon, ces agences font office de "détaillants" des services vendus au public. Mais leur fonction diffère nettement de celle du détaillant d'un bien car celui qui s'occupe du client en dernier ressort reste le producteur du service: l'un ne se substitue pas à l'autre, il s'agit seulement pour les producteurs d'un moyen efficace de vendre leur produit au public, quand cette activité commerciale est externalisée.
- 3.40 Dans la plupart des cas, la valeur des services de l'agence de voyages n'est pas facturée explicitement ou séparément à l'utilisateur (apparent)¹¹ du service, à savoir au visiteur, bien que cette facturation directe puisse exister. Dans certains cas, les agences de voyages achète des billets à prix réduit à des compagnies aériennes (*discounters* ou ristourneurs) et les vendent à leurs clients à un prix majoré, tirant un revenu de la différence entre le prix qu'elles paient et celui qu'elles font payer. Dans d'autres cas, le visiteur paie le transport en avion ou un autre produit touristique à un prix fixé par le producteur du service. L'agence de voyages gagne comme revenu une commission de vente fixée par le prestataire du service: le service de l'agence de voyages est ainsi acheté par le prestataire du service que l'agence de voyages vend au visiteur.
- 3.41 Pour les services fournis, les revenus bruts des agences de voyages sont donc de trois sortes:
- a) ceux obtenus directement des visiteurs à qui sont explicitement facturés les services fournis;
 - b) les marges commerciales brutes représentant les services du commerce de détail quand les agents de voyages se rémunèrent implicitement au moyen d'une opération de commerce de détail (en achetant aux producteurs des services, par ex. aux compagnies aériennes, ou à des grossistes et en revendant le produit au voyageur);
 - c) les commissions versées par les prestataires de services touristiques lorsque les agences de voyages sont leurs agents et interviennent comme des détaillants contre rétribution ou sur une base forfaitaire.

¹¹ Apparent au sens où, dans la Comptabilité nationale (et donc dans le CST), l'utilisateur d'un bien de consommation ou d'un service doit l'avoir acquis au moyen d'une dépense de consommation finale ou de transferts sociaux en nature.

- 3.42 Dans le cadre du CST, les agences de voyages sont considérées comme étant en première ligne parmi les activités caractéristiques du tourisme car c'est le plus souvent par l'intermédiaire de ces établissements que les personnes projetant un voyage achètent les services de transport et d'hébergement dont elles auront besoin. L'agence de voyages et le prestataire du service vendu par son entremise s'occupent tous deux directement de la fourniture des services aux visiteurs et tous deux seront analysés en tant que remplissant cette fonction à l'égard des visiteurs.
- 3.43 Par conséquent, la présente proposition considère par convention et pour l'homogénéisation des méthodes que, dans tous les cas, les agences de voyages sont des activités caractéristiques du tourisme fournissant des services aux visiteurs et qu'en tant que tels, les services des agences de voyages font partie de la consommation touristique.
- 3.44 Quelles que soient les modalités réelles d'obtention du revenu de l'agence de voyages, la valeur totale payée par les visiteurs pour un service touristique acheté par son intermédiaire sera divisée en deux parties : l'une correspondant à la valeur du service de l'agence de voyages acheté lors de la même opération (ou, si nous sommes dans le premier cas, à titre d'opération facturée à part), estimée au moyen de la valeur brute effectivement perçue par l'agence de voyages comme revenu net, et l'autre correspondant à la valeur nette du service touristique acheté, dont auront été déduits les paiements faits aux agences de voyages (ou les montants retenus par elles).
- 3.45 Ce type de traitement exigera d'ordinaire une transformation des données statistiques de base obtenues des agences de voyages et des activités qui les utilisent comme détaillants, afin d'aboutir à un ensemble de données se conformant à ce point de vue.
- 3.46 Ce traitement a des conséquences importantes pour le contenu précis de la consommation du tourisme interne, de la consommation du tourisme récepteur et de la consommation du tourisme émetteur. Elles seront décrites en détail lors de la présentation des tableaux et des agrégats, au chapitre IV.

B.2.4. Voyageistes

- 3.47 Les voyageistes sont des entreprises qui combinent deux ou plusieurs services touristiques (par ex. les transports, l'hébergement, les repas, les spectacles, les visites) et les vendent à travers des agences de voyages ou directement aux consommateurs finaux comme un produit unique (dit forfait) et à un prix global. Les éléments du forfait peuvent être préétablis ou déterminés à la carte, auquel cas c'est le visiteur qui décide de la combinaison des services qu'il souhaite acquérir.
- 3.48 Le voyageiste travaille généralement sous sa propre enseigne et pour son propre compte. Il commence par acquérir auprès des producteurs du secteur touristique différents services qu'ensuite il combine et offre aux clients sous forme de produit unique complexe, soit directement, soit par l'intermédiaire d'agences de voyages. Ce produit comprend d'habitude les services de transport et un ou plusieurs services

comme l'hébergement, les repas, les visites et les spectacles et d'autres services dont ont besoin les visiteurs, outre la prestation du voyageur lui-même. Dans la plupart des cas, le visiteur ignore la répartition des dépenses entre les éléments du forfait et n'a pas de contact direct avant le voyage avec les prestataires des services. Souvent, le voyageur s'engage envers les prestataires des services compris dans le forfait et doit leur verser au moins une indemnité de dédit si le forfait ne se vend pas.

- 3.49 Un forfait pourrait être considéré comme constituant un produit touristique tout à fait neuf, même s'il est le fruit d'une synthèse. Dans la Comptabilité nationale et dans la Balance des paiements, son classement et son traitement soulèvent traditionnellement des difficultés et, dans ces systèmes, il n'a été proposé aucune solution définitive. Faut-il le considérer comme un produit en soi, indépendant d'une certaine façon de ses éléments qui seraient les intrants de la production de ce produit tout neuf? ¹² Ou, au contraire, faut-il n'y voir rien d'autre que ses éléments et qu'une méthode de commercialisation pour vendre ceux-ci? ¹³
- 3.50 Aux fins du CST, un forfait ne peut pas être considéré comme un produit indépendant, parce qu'alors les acheteurs de ces produits n'acquerraient plus les services touristiques incorporés qui apparaîtraient dès lors comme une consommation intermédiaire des voyageurs et, partant, perdraient leur relation directe avec les visiteurs, alors que pourtant ce sont eux qui en sont les vrais utilisateurs, comme le sont les visiteurs qui les achètent directement. Par suite, les services touristiques commercialisés de la sorte ne seraient pas considérés comme acquis par les visiteurs et la part du tourisme dans leur utilisation serait fortement sous-évaluée, ce qui pourrait empêcher que les activités les ayant comme production principale soient classées comme activités caractéristiques du tourisme.
- 3.51 Le CST requiert que tous les éléments constitutifs du forfait, y compris la valeur du service fourni par le voyageur lui-même, soient considérés comme achetés directement par les visiteurs, ce qui entraîne une évaluation dite "nette"-du forfait.
- 3.52 Le voyageur serait alors considéré comme un certain type de détaillant de services touristiques. Il serait calculé une valeur pour le service fourni, égale à la marge brute, qui serait la différence entre ce que le voyageur fait payer pour les forfaits vendus et le coût pour lui des éléments, y compris, éventuellement, la commission versée aux agences de voyages vendant les forfaits au public. Les effets de cette façon d'envisager les forfaits seront expliqués en détail lors de la présentation des tableaux et des agrégats dans le chapitre IV.

¹² Solution qui semble implicitement retenue dans la CCP Rév.1, où les forfaits sont reconnus comme des produits autonomes.

¹³ Voir par exemple le Guide pour l'établissement des statistiques de la balance des paiements, FMI 1995, § 318

B.2.5. Le traitement des biens achetés par les visiteurs

- 3.53 Même si les services – transports, hébergement et restauration - constituent une part importante des achats des visiteurs, ces derniers achètent également des biens en vue de leur voyage et pendant celui-ci. Parfois, l'achat de biens peut même être le but du voyage. C'est le cas du tourisme d'empilettes dans des magasins d'usine ou dans des zones franches spéciales.
- 3.54 Par voie de conséquence, les biens font partie de la consommation du visiteur pour leur valeur totale d'achat, qui est la valeur payée pour les acquérir par le visiteur ou d'autres personnes pour lui.
- 3.55 Dans la majorité des cas, les producteurs des biens ne sont ni ceux qui vendent leur production au consommateur final, ni ceux qui s'occupent de l'ultime livraison. Il existe toute une chaîne de commerce de gros et, en fin de parcours, un ultime détaillant qui vend le produit à un visiteur. Le bien peut avoir été produit dans un endroit proche ou dans une autre économie, voire dans une région éloignée du monde.
- 3.56 Toute la chaîne participe à l'offre du produit au visiteur: le producteur du bien, ceux qui le transportent, ceux qui en font commerce sous différentes formes et, enfin, le dernier maillon de la chaîne, le détaillant, qui vend le bien au visiteur. C'est du détaillant que le visiteur reçoit le bien acheté et, lors de cette opération, le détaillant agit sous sa propre responsabilité (même si, d'habitude, c'est le producteur qui répond de la qualité finale du bien acheté). Généralement, le producteur ne sait absolument pas qui est l'acheteur final.
- 3.57 S'agissant de l'offre et de la détermination des activités spécifiques du tourisme, le CST considère comme illimitée la disponibilité des biens au sein d'une économie et ne s'occupe en fait que de leur disponibilité au bon endroit et au bon moment. En conséquence, seule l'activité responsable de l'offre directe du bien dans ces conditions est considérée comme une éventuelle activité touristique : c'est le commerce de détail des biens, à l'exclusion de leur production, de leur transport et de leur commerce en gros. Autrement dit, seul compte ici le dernier maillon de la chaîne d'activités décrite plus haut.
- 3.58 L'extrant associé à cette activité est exclusivement la marge du commerce de détail des biens qui sont vendus. Pour les biens, la valeur de la consommation touristique devrait donc être ventilée entre la marge du commerce de détail (correspondant à la valeur des services du détaillant) et le reste de la valeur d'acquisition du bien.
- 3.59 Toutefois, le type d'évaluation des biens résultant de cette façon de procéder, qui correspond à la valeur d'acquisition au niveau du détaillant, n'a rien de classique dans les systèmes statistiques macroéconomiques tels que la Comptabilité nationale. Aussi, pour le moment, au lieu d'utiliser la marge du commerce de détail des biens comme outil de mesure des services des détaillants, on utilisera l'ensemble de la marge du transport et du commerce comme mesure supplétive. En conséquence, dans la présente proposition, la valeur des biens sera ventilée entre, d'une part, la valeur de base et les taxes nettes sur les produits et, d'autre part, la marge du

transport et du commerce, ces deux types de marges étant appelés marges de distribution et inclus sous cette rubrique dans les tableaux.

C. Industries du tourisme

- 3.60 Idéalement, le producteur caractéristique est une unité de production homogène, c'est-à-dire une unité de production qui exerce une seule activité de production. Toutefois, cette unité n'est généralement pas observable et constitue plutôt une unité abstraite ou théorique qu'une unité réelle.¹⁴ Il en résulte que pour déterminer les industries touristiques, "il est possible de décider, par commodité, de prendre en compte dans leur intégralité les établissements dont l'activité principale est caractéristique" du tourisme.¹⁵ Par "activité productive principale", il faut entendre l'activité d'un établissement qui dégage une valeur ajoutée brute supérieure à celle de n'importe quelle autre activité productive exercée au sein de la même unité.¹⁶
- 3.61 Comme nous l'avons vu, l'unité statistique à utiliser est l'établissement, défini comme "une entreprise, ou une partie d'entreprise, située en un lieu unique et dans laquelle une seule activité de production (non auxiliaire) est exercée, ou dans laquelle la majeure partie de la valeur ajoutée provient de l'activité de production principale".¹⁷
- 3.62 De ce point de vue fonctionnel, le SCN93 définit la "branche" ou l'"industrie" comme "un regroupement d'établissements exerçant le même type d'activités de production".¹⁸ L'ensemble des activités caractéristiques du tourisme ne constitue pas une branche unique répondant à cette définition. Il comprend en revanche un certain nombre d'"industries" au sens où l'entend la CITI. Le CST définit par conséquent les industries du tourisme ou les branches du tourisme comme l'ensemble des établissements dont la principale activité productive est une activité caractéristique du tourisme.

C.1. Valeur ajoutée

- 3.63 Comme pour toutes les activités économiques qui entrent dans le cadre conceptuel du SCN93, la meilleure façon de décrire le fonctionnement des industries du tourisme dans le domaine de la production est d'utiliser un ensemble de tableaux indiquant la composition des intrants par produit, la composition de la production par produit et la rémunération des facteurs de production.
- 3.64 L'importance économique d'une activité productive se mesure en général par sa valeur ajoutée. Cet instrument de mesure élimine toute possibilité de duplication lors de la comparaison et de l'agrégation de différentes activités productives et il est

¹⁴ SCN93, § 15.14

¹⁵ SCN93, § 21.103

¹⁶ SCN93, § 15.16

¹⁷ SCN93, § 5.21. Voir également § 21.8 pour le rôle central de l'établissement dans les comptes satellites.

¹⁸ SCN93, § 15.13

complètement indépendant de l'organisation institutionnelle des processus de production. Le SCN93 définit :

- a. la valeur ajoutée brute comme la valeur de la production moins la valeur de la consommation intermédiaire ;
- b. la valeur ajoutée nette comme la valeur ajoutée brute moins la consommation de capital fixe.

3.65 Dans la mesure où la valeur ajoutée est destinée à mesurer le supplément de valeur créé par un processus de production, elle devrait être mesurée nette puisque la consommation de capital fixe constitue un coût de production. Toutefois, il peut se révéler difficile, dans la pratique, de mesurer la consommation de capital fixe, et il n'est pas toujours possible de faire une estimation satisfaisante de sa valeur et, partant, de la valeur ajoutée nette.¹⁹ La mesure adoptée par le CST est celle de la valeur ajoutée brute.

3.66 La valeur ajoutée est une mesure associée à un processus de production considéré dans son ensemble, c'est-à-dire une combinaison d'intrants, de biens d'équipement, de main-d'œuvre et de technologie débouchant sur une combinaison de productions. Comme pour les autres industries, on peut donc valablement calculer la valeur ajoutée des industries touristiques, définie comme la somme des valeurs ajoutées des activités caractéristiques du tourisme. C'est cet indicateur qui permet de mesurer l'importance économique du tourisme d'une manière comparable à la valeur ajoutée des autres industries.

C.2. Emploi

3.67 L'emploi est une variable extrêmement importante pour l'analyse économique des activités productives, et il l'est aussi dans le cas du tourisme. En général, les activités caractéristiques du tourisme sont à relativement forte intensité de main-d'œuvre, ce qui explique que l'on attende souvent beaucoup des effets du développement du tourisme sur l'emploi national et sur les revenus personnels de la population active.

3.68 Les particularités du tourisme doivent être prises en considération lorsque l'emploi est en jeu. Il arrive fréquemment que la consommation des visiteurs, notamment celle associée au tourisme récepteur, ne soit pas distribuée de façon régulière tout au long de l'année. En fait, de nombreuses destinations subissent des fluctuations de leur activité touristique en raison du caractère saisonnier de la demande. Il en résulte que dans les activités caractéristiques du tourisme, l'emploi fluctue davantage en fonction de la saison que dans d'autres activités.

3.69 Aussi importe-t-il de mesurer l'emploi à l'aide de divers indicateurs se complétant les uns les autres, qui peuvent ne pas trouver une application générale dans l'économie.

¹⁹ SCN93, § 6.4-5

Ces indicateurs sont l'emploi, les postes de travail, l'emploi équivalent plein-temps et le total des heures travaillées.²⁰

C.3. Formation brute de capital fixe

3.70 La formation brute de capital fixe est un élément important de la description et de l'analyse du tourisme. Cette importance est reconnue dans la présente proposition.

3.71 Il est joint et proposé à titre de guide pratique une liste d'éléments de formation brute de capital fixe ayant l'un ou l'autre type de rapport avec le tourisme. En fait, sauf dans certains pays, l'élaboration d'un tableau sur la formation brute de capital fixe du tourisme ne peut se concevoir que comme un exercice statistique utile. Par conséquent, pour le moment, ce tableau ne devrait pas servir de base pour la comparabilité internationale des résultats, en raison des grandes limitations de la méthodologie et des concepts, ainsi que de l'absence de sources statistiques.

3.72 Conformément aux recommandations en la matière du SCN93²¹, la liste proposée de biens d'équipement²² comprend les catégories suivantes au premier niveau d'agrégation:

A. Actifs non financiers produits

A.1. Actifs fixes corporels

1. Logements touristiques
2. Autres bâtiments et ouvrages de génie civil
3. Équipements de transport de voyageurs
4. Machines et équipements

A.2. Actifs fixes incorporels

B. Améliorations de terrains à usage touristique

²⁰ SCN, § 17.4-17.18

²¹ SCN, chapitre XIII, Annexe "Définitions des actifs"

²² Por la liste détaillée, voir CST §4.64 et Tableau 8

IV. Tableaux, comptes et agrégats

- 4.1 Le plan méthodologique pour l'élaboration du CST n'est qu'un ensemble de définitions et de classifications intégrées dans des tableaux et organisées de façon logique et cohérente, qui permet de visualiser toute l'ampleur économique du tourisme tant du point de vue de la demande que du point de vue de l'offre. En conséquence, ce chapitre, qui décrit les tableaux et agrégats, est l'élément central de la présente proposition.
- 4.2 Les tableaux, comptes et principaux agrégats proposés devront être élaborés en deux temps. La plupart des pays ne pourront pas les établir tous simultanément car ils ne disposent pas de toutes les informations requises pour les dix tableaux.
- 4.3 En un premier temps, il suffira de préparer les tableaux 1, 2, 3, 4, 5, 6 et 10. C'est le jeu minimum de tableaux nécessaire pour parler d'un système de comptes satellites car des comptes portant uniquement sur la consommation des visiteurs ou uniquement sur l'offre des branches du tourisme et d'autres branches ne méritent pas l'appellation de Compte satellite du tourisme. Pareil système doit comporter au moins une présentation assez détaillée de l'offre et de la consommation de biens et de services concernant les visiteurs, et des activités correspondantes qui les produisent, ainsi qu'une confrontation globale des agrégats correspondants, qui est l'essentiel du système du CST.
- 4.4 Bien qu'au sens strict, le tableau 7 (emploi touristique) n'appartienne pas à la partie centrale du système, il devrait être possible de l'élaborer à ce stade en employant les informations recueillies auprès des activités en même temps que celles nécessaires pour l'estimation des tableaux 5 et 6.
- 4.5 En revanche, la préparation des tableaux 8 et 9 (formation brute de capital fixe du tourisme et consommation touristique collective) non seulement requiert des données dont actuellement la plupart des pays ne disposent pas mais elle présente des difficultés d'un autre ordre. Aussi ne devrait-elle être envisagée qu'à un deuxième stade, de même que l'estimation d'un ensemble d'agrégats associés comme la formation brute de capital fixe du tourisme, la consommation touristique collective et la demande touristique. De toute façon, pour le moment, la préparation de ces tableaux n'aurait qu'un caractère strictement expérimental et, par conséquent, les tableaux 8 et 9 ainsi que les agrégats associés ne devraient pas être utilisés pour des comparaisons au niveau international au premier stade, comme indiqué ci-dessus.¹
- 4.6 Les dix tableaux qui composent le Compte satellite du tourisme sont tirés des tableaux du SCN93 relatifs à l'offre et à l'utilisation de biens et de services ou ils y sont liés. Ils sont au centre des comparaisons internationales des impacts économiques du tourisme entre économies.

¹ CST, § 4.93, 4.101 et 4.106

- 4.7 Pour les statisticiens qui s'en occuperont, ces tableaux illustrent le travail à entreprendre et pour les utilisateurs, ils devraient être considérés comme un guide des possibilités d'analyse qui s'offrent à eux. En tout cas, dans l'avenir, la publication par les organisations internationales des résultats obtenus dans les pays membres qui ont créé un CST devrait reposer sur un ensemble de tableaux semblable à celui qui est proposé ici.
- 4.8 Quoi qu'il en soit, pour tous les tableaux, qu'il s'agisse de ceux élaborés au premier ou au deuxième stade, la présentation des résultats devrait toujours s'accompagner de rappels clairs de la portée précise des variables et de la méthodologie appliquée pour leur estimation.

A. Tableaux et comptes

A.1. Remarques générales

- 4.9 Les différences formelles entre les tableaux du CST et ceux du SCN93 sont nombreuses mais tiennent essentiellement à des différences de présentation plutôt qu'à des différences de concept. En conséquence, la mise au point du CST d'un pays requiert non seulement l'adoption d'un ensemble élémentaire de procédures de collecte directe de données mais aussi la transformation des données existant déjà dans la Comptabilité nationale, en fonction de l'orientation touristique du CST.
- 4.10 Il s'agit de mener à bien les transformations suivantes :
- a. à partir des bases de données utilisées pour l'élaboration des matrices de production et d'utilisation de la Comptabilité nationale, extraire les données relatives aux produits et activités spécifiques du tourisme ;
 - b. remplacer la valeur brute des circuits à forfait tels qu'ils apparaissent dans la Comptabilité nationale de certains pays par la valeur nette requise par le CST, afin de séparer les services du voyageur des composantes du forfait, puisque l'on considère que les services du voyageur et les services inclus dans le forfait sont les uns et les autres consommés par le visiteur;²
 - c. extraire des coûts des services dans lesquels ils sont inclus (essentiellement le transport, les circuits à forfait et l'hébergement) la valeur des services des agences de voyages afin que les agences de voyage soient explicitement considérées comme partie intrinsèque de l'industrie du tourisme d'un pays;³ cela exige également que l'on identifie, dans la consommation des visiteurs résidents et non résidents qui voyagent en dehors du territoire économique du pays de référence, le lieu de résidence des différents fournisseurs de services (par ex. transport aérien, hébergement à l'hôtel), y compris celui de l'agence de

² CST, § 3.49-3.51

³ CST, § 3.43

- voyages elle-même, si le service de cet intermédiaire a été utilisé lors de l'achat des services précités;
- d. ventiler la valeur des biens acquis par les visiteurs entre les marges de distribution et le reste de leur valeur;⁴
- e. bien qu'il ne s'agisse pas d'une transformation à strictement parler, il est nécessaire d'identifier la consommation des visiteurs dans toutes ses composantes (dépense de consommation finale des visiteurs en espèces, opérations en nature et dépenses touristiques des producteurs) comme étant différente de la consommation non touristique.

A.2. Évaluation nette

- 4.11 Sur les quatre transformations susmentionnées des informations de base, deux ont déjà été traitées (le recours à des classifications différentes pour les produits et les activités et l'extraction des marges commerciales de la valeur des biens) et elles n'ont qu'un effet formel sur les tableaux. Autrement dit, les ventilations des totaux par produits et par activités sont modifiées mais pas les valeurs totales elles-mêmes. Il n'en va pas de même pour l'utilisation d'une évaluation nette des forfaits et pour l'extraction des services des agences de voyages, qui ont de sérieuses conséquences pour les valeurs et les classifications des flux dans les limites des différents concepts de la consommation des visiteurs. Aussi faut-il donner un panorama plus complet de leurs conséquences.
- 4.12 Les données présentées après avoir procédé à ces quatre transformations seront considérées comme conformes à l'évaluation totalement nette qui est proposée (à savoir l'évaluation nette des services des agences de voyages, des services des voyagistes et des marges de distribution).

A.2.1. Évaluation nette des circuits à forfait

- 4.13 Dans le CST, les services assurés par les voyagistes doivent être évalués net: cette exigence découle de la nécessité d'un traitement homogène des services touristiques acquis directement et de ceux de même type acquis par l'entremise des voyagistes. Pour les comparaisons internationales, il n'est pas demandé d'évaluation brute car il n'est pas évident que tous les pays s'en serviraient, surtout si leur Comptabilité nationale ne l'exige pas.
- 4.14 Cette forme d'évaluation a les conséquences suivantes pour la mesure de la consommation des visiteurs:
- Dans le cas d'un visiteur résident voyageant dans les limites du territoire économique du pays dont il s'agit et achetant à cette fin un forfait, la ventilation de ce forfait est sans effet sur la valeur totale assignée à la consommation des visiteurs avant ou après la ventilation: cette valeur est décomposée en tous ses

⁴ CST § 3.53-3.59

éléments qui font tous partie de la consommation du tourisme interne. Avec la politique du ciel ouvert, le transport pourrait être assuré par un non-résident, mais comme le transport se produit entre deux endroits du territoire économique du pays en question, il fait encore partie de la consommation du tourisme interne, même quand il est assuré par un non-résident.

- Dans le cas d'un visiteur résident ayant l'intention de voyager en dehors du territoire économique du pays dont il s'agit, qui achète, directement ou par l'intermédiaire d'une agence de voyages résidente, un forfait produit par un voyageur résident, dans un système d'évaluation brute, l'ensemble de cette dépense fait partie de la consommation du tourisme interne. Cependant, pour une évaluation nette, il faut considérer deux situations distinctes:
 - a) certains services compris dans le forfait sont fournis par des producteurs résidents: ces dépenses, outre le service du voyageur et celui de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, sont assignées à la consommation du tourisme interne et sont ventilées entre les éléments du produit;
 - b) certains services compris dans le forfait sont fournis par des producteurs non résidents: ces services font partie de ce qui a été défini comme consommation du tourisme émetteur.
- Si un visiteur résident ayant l'intention de voyager en dehors du territoire économique du pays dont il s'agit achète, directement en dehors du pays ou par l'intermédiaire d'une agence de voyages résidente, un forfait produit par un voyageur non résident, dans un système d'évaluation brute, la valeur de cette dépense est entièrement considérée comme faisant partie de la consommation du tourisme émetteur. Toutefois, dans un système d'évaluation nette, il faut de nouveau considérer deux situations distinctes:
 - a) certains services compris dans le forfait sont fournis par des producteurs résidents: ces dépenses, outre le service (éventuel) de l'agence de voyages, sont assignées à la consommation du tourisme interne et sont ventilées entre les éléments du produit;
 - b) certains services compris dans le forfait sont fournis par des producteurs non résidents: ces services, outre celui du voyageur, font partie de ce qui a été défini comme consommation du tourisme émetteur.
- Dans le cas d'un visiteur non résident projetant de se rendre dans le pays dont il s'agit, qui achète un forfait directement ou par l'intermédiaire d'une agence de voyages avant son départ, dans un système d'évaluation brute, il peut également exister deux situations différentes, le voyageur étant résident ou non résident du pays en question, étant entendu que le service propre à l'agence de voyages elle-même échappe au champ d'application du CST (il y a opération entre deux non-résidents): si le voyageur est un non-résident, rien ne figure dans le CST; si le voyageur est un résident, le montant total de sa valeur est enregistré comme consommation du tourisme récepteur. Dans un système d'évaluation nette, l'analyse est un peu plus complexe:

- a) les services (y compris éventuellement celui du voyageur) vendus dans le forfait offert par des producteurs résidant dans le pays en question sont à considérer comme relevant de la consommation du tourisme récepteur;
- b) les services (y compris éventuellement celui du voyageur) vendus dans le forfait offert par des producteurs ne résidant pas dans le pays en question sont en dehors du champ d'application du CST, puisqu'il s'agit de services fournis par des non-résidents à un non-résident : aucune valeur ne figure dans la consommation des visiteurs.

4.15 Ces adaptations entraînent la modification non seulement de la ventilation par produits mais également de la valeur globale de la consommation du tourisme interne, de la consommation du tourisme émetteur et de la consommation du tourisme récepteur, à cause de la différence de résidence entre, d'une part, les voyageurs produisant et vendant les forfaits et, d'autre part, les services touristiques qu'ils vendent (implicitement) au détail. La figure IV.1 récapitule ces constatations.

Figure IV.1

Présentation sommaire des effets globaux de l'utilisation d'une évaluation nette des forfaits sur la consommation du tourisme interne, sur la consommation du tourisme émetteur et sur la consommation du tourisme récepteur

Caractéristiques du visiteur	Résidence du voyageur	Classement des forfaits dans une évaluation brute	Classement des forfaits dans une évaluation nette
Visiteur résident voyageant à l'intérieur du territoire économique du pays en question	Le pays en question	Le forfait en tant que produit global fait partie de la consommation du tourisme interne	Tous les éléments du forfait, y compris le service du voyageur, font partie de la consommation du tourisme interne
Visiteur résident dont la destination se trouve en dehors du territoire économique du pays en question	Le pays en question	Le forfait en tant que produit global fait partie de la consommation du tourisme interne	Les éléments produits à l'intérieur du pays, y compris les services du voyageur et de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, font partie de la consommation du tourisme interne . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, font partie de la consommation du tourisme émetteur
Visiteur résident dont la destination se trouve en dehors du territoire économique du pays en question	Ailleurs que dans le pays en question	Le forfait en tant que produit global fait partie de la consommation du tourisme émetteur	Les éléments produits à l'intérieur du pays, y compris les services de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, font partie de la consommation du tourisme interne . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à

			l'intérieur du pays, y compris le service du voyageur, font partie de la consommation du tourisme émetteur
Visiteur non résident voyageant à l'intérieur du territoire économique du pays en question	Le pays en question	Le forfait en tant que produit global fait partie de la consommation du tourisme récepteur	Les éléments produits à l'intérieur du pays, y compris les services du voyageur, font partie de la consommation du tourisme récepteur . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, y compris les services de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, sont exclus de l'évaluation concernant le pays en question
Visiteur non résident voyageant à l'intérieur du territoire économique du pays en question	Ailleurs que dans le pays en question	Le forfait en tant que produit global est exclu de l'évaluation concernant le pays en question	Les éléments produits à l'intérieur du pays font partie de la consommation du tourisme récepteur . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, y compris le service du voyageur et les services de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, sont exclus de l'évaluation concernant le pays en question

A.2.2. Évaluation nette des services des agences de voyages

4.16 L'évaluation nette résultant de l'extraction de la valeur des services des agences de voyages des coûts des services dans lesquels ils sont incorporés a les conséquences suivantes:

- Dans le cas d'un visiteur résident voyageant dans les limites du territoire économique du pays dont il s'agit, cette ventilation est sans effet sur la valeur totale assignée à la consommation des visiteurs; son seul effet est une répartition différente par produits de la consommation du tourisme interne.
- Dans le cas d'un visiteur résident qui a l'intention de voyager en dehors du territoire économique du pays en question et qui achète un service avant le départ par l'intermédiaire d'une agence de voyages, il faut considérer deux cas distincts:
 - a) le service vendu par l'entremise de l'agence de voyages est fourni par un producteur résident: diviser la valeur payée par le visiteur entre la valeur du service et la valeur du service de l'agence de voyages revient encore à assigner la valeur totale à la consommation interne puisque les deux services sont fournis par des résidents; ce cas est semblable au précédent:

la valeur totale de la dépense est assignée à la consommation du tourisme interne et est répartie entre ses deux éléments;

- b) le service vendu par l'entremise de l'agence de voyages est fourni par un producteur non résident: ce service fait partie de ce qui a été défini comme la consommation du tourisme émetteur, mais la part correspondant à la valeur des services de l'agence de voyages elle-même relève de la consommation du tourisme interne; la valeur totale de la consommation n'est pas modifiée par ce nouveau traitement mais les parts correspondant à la consommation du tourisme interne et à la consommation du tourisme émetteur le sont: la consommation du tourisme interne est augmentée de la valeur des services de l'agence de voyages tandis que la consommation du tourisme émetteur est diminuée de ce même montant.
 - Dans le cas d'un visiteur non résident dont le voyage le mènera à l'intérieur du territoire économique du pays en question et qui achète un service par l'intermédiaire d'une agence de voyages avant le départ, il peut également se produire deux situations distinctes, étant entendu que l'agence de voyages doit être située en dehors du territoire économique du pays dont il s'agit, si bien que le service propre à l'agence de voyages elle-même échappe au champ d'application du CST (il s'agit d'une opération entre deux non-résidents):
 - a) le service vendu par l'intermédiaire de l'agence de voyages est fourni par un producteur résidant dans le pays en question: bien que le service propre à l'agence de voyages elle-même échappe au champ d'application du CST, il n'en va pas de même du service "détaillé" par cette agence, lequel relève de la consommation du tourisme récepteur. La valeur nette du service (après déduction du coût du service de l'agence de voyages) fait encore partie de la consommation du tourisme récepteur, mais cette valeur est maintenant moins élevée qu'avant cette opération car il faut retrancher les paiements effectués par le visiteur aux agences de voyages non résidentes ;
 - b) le service vendu par l'intermédiaire de l'agence de voyages est fourni par un producteur non résident: en pareil cas, ce service échappe lui aussi au champ d'application du CST et aucune valeur ne figure dans la consommation des visiteurs.
- 4.17 À la suite de ces ajustements, non seulement la ventilation par produits est modifiée par ce genre de méthode mais les valeurs globales de la consommation du tourisme interne, de la consommation du tourisme émetteur et de la consommation du tourisme récepteur le sont également en raison de la différence de résidence entre, d'une part, les agences de voyages "détaillant" les services touristiques et, d'autre part, les services touristiques qu'elles détaillent. La figure IV.2 récapitule ces constatations.

Figure IV.2

Présentation sommaire des effets globaux de l'extraction des services des agences de voyages de la valeur des services touristiques qu'elles détaillent sur la consommation du tourisme interne, sur la consommation du tourisme émetteur et sur la consommation du tourisme récepteur

Caractéristiques du visiteur	Résidence de l'agence de voyages	Classement dans une évaluation brute	Classement dans une évaluation corrigée
Visiteur résident voyageant à l'intérieur du territoire économique du pays en question	Le pays en question	En tant que produit global, le service acheté fait partie de la consommation du tourisme interne . Le service de l'agence de voyages est une consommation intermédiaire pour la production de ce service	La valeur du service (touristique) acheté est diminuée de la valeur du service de l'agence de voyages. Tous les éléments du service, y compris la composante de l'agence de voyages, font partie de la consommation du tourisme interne
Visiteur résident dont la destination est en dehors du territoire économique du pays en question	Le pays en question	En tant que produit global, le service acheté fait partie de la consommation du tourisme interne s'il est produit à l'intérieur du pays et fait partie de la consommation du tourisme émetteur s'il ne l'est pas. Le service de l'agence de voyages est une consommation intermédiaire pour la production d'un service produit à l'intérieur du pays ou une exportation dans le cas contraire	La valeur nette des éléments produits à l'intérieur du pays, y compris le service de l'agence de voyages elle-même, fait partie de la consommation du tourisme interne . La valeur nette des éléments qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays fait partie de la consommation du tourisme émetteur
Visiteur non résident se rendant dans le territoire économique du pays en question	Autre que le pays en question	En tant que produit global, le produit acheté est exclu de l'évaluation concernant le pays en question s'il n'est pas produit à l'intérieur du pays et, autrement, il fait partie de la consommation du tourisme récepteur . Le service de l'agence de voyages est une consommation importée pour la production d'un service produit à l'intérieur du pays et, autrement, il est exclu de l'évaluation concernant le pays en question	La valeur nette des éléments produits à l'intérieur du pays fait partie de la consommation du tourisme récepteur . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, y compris le service de l'agence de voyages, sont exclus de l'évaluation concernant le pays en question

A.3. Classifications utilisées

A.3.1. Remarques générales

- 4.18 De même que les dix tableaux qui composent la présente proposition ⁵ peuvent normalement être élaborés en deux étapes différentes, les classifications à employer répondront à différents stades d'élaboration au niveau international.
- 4.19 Pour le moment, afin d'assurer la comparabilité internationale des résultats des tableaux 1 à 7 et du tableau 10 (qui constituent l'ensemble de tableaux de base), la présente proposition comprend une liste ⁶ des produits et activités considérés comme caractéristiques du tourisme (et elle prend également en considération, comme agrégat, les produits et activités considérés comme connexes au tourisme). L'objectif de cette liste a un caractère auxiliaire, en ce sens que, en vue de la diffusion dans l'avenir, par les organisations internationales, des résultats obtenus par les pays ayant un CST, la première exigence de ces pays sera que les méthodologies respectivement utilisées pour la conception d'un CST soient compatibles avec la conception méthodologique exposée dans la présente proposition. Une deuxième exigence sera que les résultats obtenus renvoient à une classification commune. C'est précisément pour cette raison qu'on a recours à un degré élevé d'agrégation afin de faciliter les premiers efforts d'élaboration d'un CST par le plus grand nombre de pays.

A.3.2. Remarques particulières

a) Produits

- 4.20 Les produits sont classés en trois types et regroupés en deux ensembles différents de catégories: les produits spécifiques du tourisme (caractéristiques et connexes) et les produits non spécifiques (tous ceux qui ne sont ni caractéristiques ni connexes; ils sont considérés comme ne présentant pas de grand intérêt direct pour le tourisme).
- 4.21 Pour la préparation des six premiers tableaux, il est nécessaire de séparer nettement les biens des services, étant donné que la valeur de la marge de distribution des biens doit être extraite et déterminée séparément du reste de la valeur d'acquisition des biens.

b) Unités de production

- 4.22 En ce qui concerne les unités de production, il existe trois types d'activités qui sont définies par leur production principale et qui peuvent être regroupées en deux ensembles différents de catégories : les activités spécifiques du tourisme

⁵ CST, § 4.2

⁶ CST, § 4.24

(caractéristiques et connexes) et les activités non spécifiques (qui comprennent toutes les autres activités de production n'appartenant pas aux précédentes).⁷

- 4.23 Les activités caractéristiques du tourisme sont définies au même niveau d'agrégation, à l'exception des agences de voyages, des voyagistes et des services de guides touristiques, les services culturels et les services de sport et de détente qui sont présentés sous une forme globale pour les activités et sous une forme détaillée pour les produits.⁸

c) Listes des produits et des activités caractéristiques du tourisme

- 4.24 Pour le moment, les listes des produits et des activités caractéristiques du tourisme recommandées par l'OMT pour l'élaboration des tableaux 1 à 7 et du tableau 10 du CST proposé sont celles que présentent les figures IV.3 et IV.4.

Figure IV.3 Liste des produits caractéristiques du tourisme (PCT)

Description des produits

- 1 - Services d'hébergement**
 - 1.1 Hôtels et autres services de logement
 - 1.2 Services de résidences secondaires pour compte propre ou à titre gratuit
- 2 - Services de restauration**
- 3 - Services de transport de voyageurs**
 - 3.1 Services de transport par chemin de fer interurbain
 - 3.2 Services de transport par route
 - 3.3 Services de transport par voie d'eau
 - 3.4 Services de transport aérien
 - 3.5 Services annexes des transports de voyageurs
 - 3.6 Location de matériel de transport de voyageurs
 - 3.7 Services d'entretien et de réparation des navires et des avions
- 4 - Services d'agences de voyages, de voyagistes et de guides**
 - 4.1 Services d'agences de voyages
 - 4.2 Services de voyagistes
 - 4.3 Services d'information touristique et de guides
- 5 - Services culturels**
 - 5.1 Arts du spectacle
 - 5.2 Services de musées et de conservation
- 6 - Services de loisirs et de divertissements**
 - 6.1 Sports et services sportifs récréatifs
 - 6.2 Autres services de loisirs et de divertissements
- 7 - Services touristiques divers**
 - 7.1 Services financiers et services d'assurance
 - 7.2 Autres services de location de biens
 - 7.3 Autres services touristiques

Figure IV.4 Liste des activités caractéristiques du tourisme (ACT)

Description des activités

- 1 - Hôtels et établissements assimilés**
- 2 - Propriété de résidences secondaires (imputée)**
- 3 - Restaurants et établissements assimilés**
- 4 - Transports de voyageurs par chemin de fer**
- 5 - Transports de voyageurs par route**
- 6 - Transports de voyageurs par voie d'eau**
- 7 - Transport aérien de passagers**
- 8 - Services annexes des transports de voyageurs**
- 9 - Location de matériel de transport de voyageurs**
- 10 - Agences de voyages et activités assimilées**
- 11 - Services culturels**
- 12.- Services de sports et autres services récréatifs**

- 4.25 L'annexe 1 comprend les tableaux de correspondance entre, d'une part, la liste des produits caractéristiques du tourisme et, d'autre part, la CCP ver. 1.0 et PST, ainsi

⁷ CST, § 3.24-3.25

⁸ Si possible, les services de transport de voyageurs doivent être séparés des services de transport de marchandises, puisque seuls les premiers sont considérés comme des activités caractéristiques du tourisme.

qu'entre la liste des activités caractéristiques du tourisme (CST/ACT) et CITI Rev. 3 et CITAT 93.⁹

A.4 Les tableaux

A.4.1 Vue d'ensemble

- 4.26 D'après le traitement des biens achetés par les visiteurs¹⁰, les tableaux 1 à 6 utilisent l'évaluation entièrement nette proposée (à savoir l'évaluation nette des services des agences de voyages, des forfaits et des marges de distribution). En conséquence, les tableaux 1 à 6 amènent à diviser la valeur des biens achetés à l'intérieur du territoire économique en deux parties : la marge de distribution sur ces biens, classés soit comme produits connexes, soit comme produits non spécifiques, et le reste de la valeur des biens, qui comprend la valeur de base et les taxes nettes sur le produit.
- 4.27 La dépense de consommation finale des visiteurs en espèces étant la composante la plus importante de la consommation des visiteurs, les tableaux 1 à 3, commencent par examiner cette variable en fonction des différentes formes de tourisme. Puis un tableau (tableau 4) additionne globalement toutes les composantes de la dépense de consommation finale des visiteurs en espèces et les ajustements nécessaires afin d'obtenir la consommation totale des visiteurs ou pour le compte des visiteurs, car ces ajustements ne sont pas facilement attribuables aux différentes formes de tourisme. La variable correspondante est la consommation du tourisme intérieur, qui est l'agrégat à comparer à l'offre interne.
- 4.28 Vient ensuite le tableau de l'offre (tableau 5) qui présente les produits et les activités caractéristiques du tourisme au plus grand niveau de désagrégation que, pour l'heure, il paraît raisonnable d'atteindre. Plus haut¹¹, il a été signalé que ce niveau de désagrégation était conçu exclusivement aux fins de la comparabilité internationale des données recueillies par les organisations internationales en vue de leur publication. Néanmoins, les pays élaborant leurs propres classifications de produits et d'activités caractéristiques du tourisme et connexes au tourisme pourraient avoir un plus grand niveau de désagrégation que celui qui est proposé ici. Par conséquent, la colonne "branches connexes" comprendra, sous forme d'agrégats, les valeurs correspondant aux activités considérées comme caractéristiques et connexes dans un pays donné mais qui ne le sont pas dans la classification utilisée dans la présente proposition. Enfin, la colonne "autres branches non spécifiques" indiquera la valeur globale correspondant à toutes les autres branches.
- 4.29 Le tableau 6 présente ensuite une confrontation d'ensemble entre la consommation du tourisme intérieur et l'offre interne, à partir de laquelle on peut calculer la valeur ajoutée du tourisme et le PIB provenant de la consommation des visiteurs. Ce

⁹ La liste des Produits Spécifiques du Tourisme (PST) et la Classification internationale type des activités touristiques (CITAT) approuvée provisoirement en 1993 par la Commission de Statistique des Nations Unies, à sa 27^{ème} session, ont été élaborées par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

¹⁰ CST, § 3.53-3.59

¹¹ CST, § 3.19 et 3.30

tableau est au centre du CST. Sans son élaboration, ne serait-ce qu'avec des données partielles, il n'existe pas de Compte satellite du tourisme.

- 4.30 Bien que l'emploi dans les industries du tourisme soit difficile à mesurer, il lui est consacré un tableau (tableau 7), vu son importance primordiale.
- 4.31 Comme il a déjà été dit ¹², la préparation des tableaux concernant la formation brute de capital fixe du tourisme et la consommation touristique collective (tableaux 8 et 9) aurait, pour le moment, un caractère exclusivement expérimental. Même si, aujourd'hui, peu de pays ont les données nécessaires pour les préparer, ces tableaux devront être établis dans l'avenir à cause de leur importance pour l'analyse du tourisme et parce que l'estimation de la demande touristique.
- 4.32 Enfin, le tableau 10 présente un nombre limité d'indicateurs non monétaires, exprimés essentiellement en unités physiques qui sont nécessaires pour l'interprétation correcte des informations monétaires présentées dans les autres tableaux de base (1 à 7).
- 4.33 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 ne peuvent être appliquées de façon valable que pour les rubriques liées aux produits, marchands et non marchands. Les calculs à prix constants doivent être faits suivant les principes du SCN93.

A.4.2. Description

Tableaux 1, 2 et 3: Dépense de consommation finale des visiteurs en espèces par produits et par types de tourisme

- 4.34 Les tableaux 1 à 3 décrivent l'élément le plus important de la consommation des visiteurs : la dépense de consommation finale des visiteurs en espèces. Le tableau 1 est axé sur le tourisme récepteur, le tableau 2 sur le tourisme interne et le tableau 3 sur le tourisme émetteur. La ventilation par produits est celle qui est proposée pour tous les tableaux : dans aucun de ces tableaux il ne doit y avoir d'entrée pour ce qui est des "services de logement touristique pour compte propre ou à titre gratuit", étant donné que ce poste de consommation correspond à des opérations en nature et qu'il est inclus dans l'ensemble des ajustements nécessaires pour l'estimation de la consommation du tourisme intérieur (tableau 4).
- 4.35 Ces trois tableaux ont en commun les classifications, la ventilation et les principes d'évaluation. La dépense de consommation finale des visiteurs en espèces est classée selon les visiteurs concernés. Dans les cas de la consommation du tourisme récepteur et de la consommation du tourisme émetteur, cette ventilation n'impose rien, mais dans le cas de la consommation du tourisme interne (tableau 2), il faut procéder à des ajustements particuliers.

¹² CST, § 4.5

- 4.36 Le tableau 2 porte sur la dépense de consommation finale en espèces des visiteurs résidents, ce qui signifie qu'il englobe aussi les résidents dont les voyages les mènent en dehors du territoire économique du pays en question et que, par conséquent, il comprend la dépense de consommation correspondante dans le pays en question avant le départ. Ces deux ensembles différents de visiteurs devraient, si possible, être indiqués séparément avec le niveau et la composition respectifs de leurs dépenses. Dans ce cas, l'estimation de la consommation du tourisme interne exigera des ajustements supplémentaires, parce que certaines dépenses (par ex. l'achat de biens de consommation durables spécialisés en dehors du contexte d'un voyage) ne peuvent pas être associées avec précision à l'un ou l'autre des ensembles de visiteurs.
- 4.37 Pour ces trois tableaux, la présente proposition requiert également la ventilation entre visiteurs de la journée et touristes. S'agissant des visiteurs de la journée, si c'est possible et si c'est utile, il est aussi recommandé de créer un poste à part pour les voyageurs en transit. C'est un moyen de garantir une meilleure interprétation des données et une plus grande comparabilité internationale.
- 4.38 Deux lignes supplémentaires relient ces valeurs au nombre de voyages et de nuitées, ce qui crée un lien entre données monétaires et indicateurs non monétaires. Bien que le nombre de voyages et le nombre de nuitées ne soient pas à strictement parler des indicateurs de volume au sens de la Comptabilité nationale, il est important de suivre l'évolution des dépenses par voyage ou par nuitée afin de valider la qualité des données.

Tableau 4 : Consommation du tourisme intérieur par produits et par types de tourisme

- 4.39 Ce tableau additionne toutes les dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces associées à la consommation du tourisme récepteur et du tourisme interne (l'agrégat obtenu étant la consommation du tourisme intérieur en espèces) et les autres éléments constitutifs de la consommation des visiteurs inclus dans la figure II.2.¹³ Ces éléments (dépenses de consommation finale des visiteurs en nature, transferts sociaux touristiques en nature et dépenses touristiques des producteurs) sont comptabilisés dans une colonne à part et de façon globale, car ils ne sont pas facilement attribuables aux divers types de tourisme.
- 4.40 La dernière colonne concerne la consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature), qui est l'agrégat fournissant la plus vaste mesure de la consommation des visiteurs dans le pays en question, d'où sont tirés les agrégats de la valeur ajoutée du tourisme et du PIB du tourisme.
- 4.41 Les flux sont évalués de la même façon que dans les tableaux précédents mais deux lignes particulières doivent être ajoutées pour la valeur des biens produits à l'intérieur du pays et pour la valeur des biens importés nette des marges de distribution.

¹³ CST, § 2.53

- 4.42 Le tableau 4 fournit des données sur la consommation des visiteurs qui peuvent maintenant être directement intégrées dans la structure permettant une comparaison entre consommation et offre.

Tableau 5: Comptes de production des industries du tourisme et des autres industries

- 4.43 Le tableau 5 présente les comptes de production des industries du tourisme et des autres industries (c'est-à-dire des industries connexes au tourisme et des industries non spécifiques du tourisme) dans le pays de référence sous une forme adaptée à la comparaison avec la consommation du tourisme intérieur, où les industries du tourisme ¹⁴ et les produits caractéristiques du tourisme sont mis en valeur et incorporés dans un cadre d'analyse général. Ce tableau de production est conforme à la présentation adoptée dans le SCN93: la production est ventilée par produits, elle est évaluée aux prix de base ¹⁵ et elle occupe le haut du tableau. Puis la consommation intermédiaire, autrement dit les intrants, est présentée et ventilée selon la CCP et évaluée aux prix d'acquisition. ¹⁶ La différence entre ces deux valeurs est appelée valeur ajoutée aux prix de base et elle est encore ventilée entre ses composantes dans un troisième ensemble de lignes.
- 4.44 Dans les colonnes, les comptes de production des industries du tourisme sont présentés individuellement, en suivant la classification adoptée. Ceux relatifs aux industries connexes au tourisme et aux industries non spécifiques du tourisme sont présentés en deux colonnes qui comportent les résultats globaux de chacun de ces ensembles d'industries. La production est évaluée aux prix de base et sa ventilation par produits correspond à une évaluation nette, qui a été définie précédemment.
- 4.45 Il faut remarquer que les transformations de l'évaluation brute à l'évaluation nette, principalement quand il s'agit de forfaits et de services d'agences de voyages ¹⁷, si elles peuvent modifier les valeurs individuelles de la production, des importations, des exportations et de la consommation intermédiaire, ne modifient pas la valeur ajoutée de chaque activité.
- 4.46 Le bas du tableau présente en détail les intrants des processus de production (classés conformément à la CCP), puis la valeur ajoutée par activité de production et ses composantes. La consommation intermédiaire des autres industries (industries connexes au tourisme et industries non spécifiques du tourisme) est présentée de façon agrégée. À proprement parler, seule la production détaillée des industries du tourisme est nécessaire.

Tableau 6: Offre interne et consommation du tourisme intérieur par produits

¹⁴ CST, § 3.62

¹⁵ SCN93, § 6.205 a)

¹⁶ SCN93, § 6.215

¹⁷ CST, § 4.13-4.17

- 4.47 Le tableau 6 est le cœur du système du CST, où se fait la confrontation entre l'offre et la consommation et où l'on peut calculer la valeur ajoutée du tourisme (VAT) et le PIB du tourisme ainsi que leurs composantes.
- 4.48 Les lignes du tableau 6 sont analogues à celles du tableau 5. Plus précisément, le premier bloc de lignes présente en détail la production par produit caractéristique du tourisme en mettant en valeur les services et, spécialement, les services caractéristiques du tourisme. La production totale d'une activité (en colonne) est obtenue en faisant la somme de ses productions par produit. Puis un bloc de lignes présente la consommation intermédiaire par produit et un total. La différence entre la production totale (aux prix de base) et les intrants totaux (aux prix d'acquisition) donne la valeur ajoutée aux prix de base. Le dernier bloc de lignes présente les composantes de la valeur ajoutée.
- 4.49 Les colonnes sont d'abord organisées par activité productive, en mettant l'accent sur les industries du tourisme qui sont présentées individuellement. L'offre par les producteurs internes est ajoutée aux activités afin d'obtenir la valeur agrégée de la production totale des producteurs internes aux prix de base. Ensuite cette colonne est ajoutée à la suivante, dénommée importations, qui représente l'offre de services importés dans l'économie interne (cas marginaux des services de transport dans l'économie interne par des producteurs non résidents ou prestation de services d'assurances par une compagnie non résidente pour voyager à l'intérieur du pays), et à une colonne qui comporte la valeur des taxes moins les subventions sur les produits de production interne et d'importation, afin d'obtenir ce qui est appelé l'"offre interne totale à prix d'acquisition".
- 4.50 Cette offre interne totale est comparée systématiquement à la consommation du tourisme intérieur produit par produit (c'est-à-dire sur chaque ligne), à l'exception de la valeur des biens (nette des marges de distribution) qui ont été isolés dans le tableau et sont exclus de la confrontation. La part de la consommation du tourisme intérieur pour chaque composante de l'offre est calculée par activité et par produit, ainsi que globalement pour chaque produit.
- 4.51 Pour la plupart des variables présentées dans les colonnes, il est aussi prévu une colonne pour la part du tourisme. Il s'agit d'établir quelle part de la valeur de la variable est attribuable à la consommation du tourisme intérieur. Pour ce qui est de la production (première partie supérieure du tableau), les valeurs de la part du tourisme peuvent être établies de différentes façons: à partir des informations directes des fournisseurs (informations sur leurs catégories de clients), en s'adressant aux visiteurs eux-mêmes (enquêtes par sondage sur les dépenses par produit) ou en prenant l'avis d'experts connaissant bien ces relations. La dernière colonne du tableau 6 fournit le "ratio du tourisme" sur l'offre (exprimé en part de la consommation des visiteurs par rapport à l'offre interne de chaque produit).
- 4.52 À partir de la part du tourisme calculée pour la production, on peut, grâce à différents calculs impliquant des hypothèses sur les techniques appliquées aux processus de production des établissements, estimer pour chaque activité la part du tourisme à appliquer à chaque produit intégrant la consommation intermédiaire et, à partir de la différence par rapport à la valeur de la production attribuable à la consommation des

visiteurs, calculer la valeur ajoutée engendrée par la consommation des visiteurs. Ces calculs supposent habituellement l'utilisation de techniques d'entrées-sorties et des processus de réduction d'un tableau rectangulaire d'offre et de consommation à un tableau carré d'entrées-sorties produit par produit.

- 4.53 Dans l'élaboration du CST, ce serait le seul cas où l'on aurait recours à des modèles plutôt qu'à des données statistiques directement arbitrées pour calculer certains résultats importants: cela tient au fait que, comme on l'a déjà largement expliqué, la valeur ajoutée est formellement associée à un processus de production et non pas à un produit spécifique.
- 4.54 En conséquence, on peut calculer pour chaque activité la valeur ajoutée (aux prix de base) correspondant à la consommation du tourisme intérieur. Ainsi, en additionnant d'un bout à l'autre toutes les activités, on peut obtenir la valeur ajoutée totale (aux prix de base) correspondant à cette variable.
- 4.55 À partir du tableau 6 on peut obtenir à la fois la VAT et le PIB engendré par la consommation des visiteurs. La VAT est obtenue en additionnant la valeur ajoutée correspondant à la consommation du tourisme intérieur pour toutes les activités. Pour obtenir le PIB engendré par la consommation du tourisme intérieur, il faudrait ajouter à la VAT les taxes moins les subventions, au titre des produits et importations liés aux produits touristiques, ce qui correspond exactement à la différence entre l'évaluation de cette variable aux prix d'acquisition et son évaluation aux prix de base.
- 4.56 En théorie, ces agrégats (VAT et PIB du tourisme)¹⁸ devraient être indépendants du détail avec lequel les calculs ont été faits, et en particulier des activités caractéristiques du tourisme qui ont été identifiées. Mais cela ne se vérifie pas dans la pratique, parce que la valeur ajoutée par produit n'est pas directement observable. Plus l'analyse est détaillée et plus les hypothèses sur la façon dont la consommation des visiteurs affecte chaque activité productive sont fines et justes, plus la mesure est précise.

Tableau 7: Emploi dans les industries du tourisme

- 4.57 Le caractère saisonnier, la grande variabilité des conditions de travail, la flexibilité et le manque de rigueur 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, même s'il ne fait pas de doute que l'emploi est une variable déterminante pour la description de l'importance économique du tourisme, les déficiences statistiques ne permettent pas d'être très ambitieux pour le moment.
- 4.58 La mesure de l'emploi sera ainsi limitée à l'emploi dans les industries du tourisme et les indicateurs utilisés pour exprimer son ampleur seront le nombre de postes de travail et le nombre de personnes employées ayant au moins un emploi dans ces industries.

¹⁸ CST, § 4.84-4.91

- 4.59 Il est proposé deux grandes ventilations du nombre de postes de travail : l'une selon le sexe de la personne employée, l'autre selon une classification simplifiée d'après la situation dans la profession, seuls les employés étant séparés du reste de la main-d'œuvre.
- 4.60 Pour ce qui est du nombre de personnes employées, la classification se fait par activité en fonction de l'emploi principal, défini soit par le nombre d'heures de travail, soit par le revenu obtenu. La seule ventilation proposée est une ventilation par sexe.
- 4.61 À titre de variable supplémentaire, le nombre d'établissements pour chaque industrie du tourisme est également rappelé, de façon à ce que l'on puisse calculer un nombre moyen de postes de travail, par sexe et par statut dans la profession, pour chaque établissement.
- 4.62 En conséquence, l'évaluation proposée ici porte sur une quantification restrictive de l'emploi selon sa signification statistique (puisque le volume lié à une industrie ne correspond pas dans son intégralité à la consommation des visiteurs) et sa couverture (puisque'il y a, dans les industries non touristiques, différents niveaux d'emploi qui correspondent partiellement à la consommation des visiteurs). Le Comité du Tourisme de l'OCDE a développé une proposition pour l'élaboration d'un module emploi. Cette proposition est en cours d'étude afin de l'incorporer à cette proposition dans un proche avenir.

Tableau 8: Formation brute de capital fixe du tourisme

- 4.63 Les lignes du tableau 8 constituent la liste proposée de cas de formation brute de capital fixe liés au tourisme et les colonnes forment différents blocs. Le premier bloc comprend les acquisitions nettes de chacune des industries du tourisme ; il est suivi par deux colonnes comprenant les acquisitions nettes d'actifs ayant un caractère touristique uniquement des administrations publiques et de toutes les autres industries; la dernière colonne enregistre le total de chaque bien d'équipement acquis.
- 4.64 Les actifs fixes corporels liés au tourisme sont définis et classés d'après les catégories suivantes qui sont compatibles avec les définitions et les classifications du SCN93:
- 1 Les logements touristiques sont classés comme suit:
 - 1.1 Hôtels et autres établissements d'hébergement collectif : hôtels, motels, auberges, auberges de jeunesse, refuges de montagne, campings, camps et villages de vacances
 - 1.2 Habitations touristiques: maisons de vacances et autres résidences secondaires qui diffèrent de la résidence principale du ménage et qui sont acquises afin d'être utilisées de façon non permanente par les membres du ménage qui en est le propriétaire. Elles peuvent aussi avoir été acquises ou construites spécialement pour accueillir des

visiteurs selon différents types de contrat, notamment en régime de multipropriété.

- 2 Les autres bâtiments et ouvrages de génie civil sont classés comme suit:
 - 2.1 Restaurants et bâtiments similaires servant à manger et à boire: restaurants, cafés, bars et libres-services (boîtes de nuit, discothèques, etc.)
 - 2.2 Bâtiments et infrastructures pour le transport de voyageurs par terre, par mer et par air : gares et aéroports de voyageurs, ponts, tunnels, routes, autoroutes, voies ferrées, pistes d'atterrissage, lignes électriques pour chemins de fer, installations portuaires
 - 2.3 Bâtiments pour services culturels et assimilés: bibliothèques, musées, théâtres, restauration de monuments historiques, sites touristiques et salles pour expositions d'œuvres d'art
 - 2.4 Constructions pour les sports, les loisirs et les divertissements: centres pour les sports de plein air, tels que stades de football et d'athlétisme, circuits pour courses d'automobiles et pour courses cyclistes, hippodromes, jardins zoologiques et parcs d'attractions, stations de ski, terrains de golf, etc.
 - 2.5 Autres constructions et ouvrages de génie civil: actifs fixes corporels non compris ailleurs

- 3 Les équipements de transport de voyageurs sont classés comme suit:
 - 3.1 Transports par terre: a) transports par route: automobiles, motocyclettes, caravanes, autocaravanes, autocars interurbains, etc. et b) transport par voie ferrée: locomotives, autorails, voitures de voyageurs, etc.
 - 3.2 Transports par mer: navires, transbordeurs pour véhicules et voyageurs, bateaux de croisière et navires de plaisance
 - 3.3 Transport aérien: avions, planeurs et deltaplanes, ballons d'observation et dirigeables, véhicules de transport des bagages, hélicoptères, etc.

Les équipements de transport de marchandises ou pour les non-visiteurs sont exclus des trois catégories ci-dessus (par ex. les trains et autocars pour les migrations quotidiennes vers le lieu de travail ou de formation).

- 4 Les machines et équipements comprennent tous les biens d'équipement ne figurant pas ailleurs et associés à la prestation de services aux visiteurs, tels que les équipements pour la préparation industrielle des repas dans les restaurants, le matériel spécial des gares et aéroports pour voyageurs, le matériel de bureau, le matériel informatique, le matériel de comptabilité, le

meublé, le matériel de sport, etc. Les biens de consommation durables acquis par les visiteurs sont exclus.

- 4.65 Les actifs fixes incorporels sont les programmes informatiques pour la création de bases de données, achetés et/ou produits pour un usage personnel, expressément conçus pour les activités récréatives des visiteurs et pour les spécialistes du tourisme.
- 4.66 Les améliorations de terrains à usage touristique concernent les améliorations entreprises par le secteur privé, comme la récupération de terres sur la mer par la construction de digues, de murs de soutènement ou de barrages de retenue, le déboisement écologique, etc., afin de permettre la mise en valeur touristique de ces terrains.
- 4.67 Il est proposé d'inclure pour mémoire dans ce tableau les actifs non financiers non produits. Ces actifs ont pour origine différents processus de production¹⁹ qui, dans le cadre du SCN93, ne sont pas intégrés conceptuellement dans la formation brute de capital fixe. Ils pourraient toutefois représenter un élément important des investissements touristiques non financiers. Il existe une différenciation entre actifs corporels non produits (comprenant les terrains pour la construction de bâtiments et ouvrages touristiques et les terrains pour les activités récréatives publiques et privées) et actifs incorporels non produits du tourisme (comprenant les accords de licence, les accords de crédit-bail et autres contrats cessibles et la clientèle acquise).

Tableau 9: Consommation touristique collective

- 4.68 La classification ci-après pour la mesure des services touristiques collectifs non marchands est proposée à titre expérimental (car on ne dispose pas d'expérience préalable):
- Promotion du tourisme
 - Réglementation générale du tourisme
 - Planification et coordination générales liées au tourisme
 - Élaboration de statistiques et d'informations de base sur le tourisme
 - Administration de bureaux d'information
 - Contrôle et réglementation des établissements en contact avec les visiteurs (hôtels, restaurants, parcs de loisirs, etc.)
 - Contrôle s'appliquant spécifiquement aux visiteurs résidents et non résidents : délivrance de visas et contrôles à la frontière
 - Services spéciaux de défense civile liés à la protection des visiteurs
 - Autres services
- 4.69 Il faut souligner que les services individuels non marchands, comme ceux fournis par les parcs nationaux, les musées, etc., sont exclus, puisqu'ils sont considérés dans le cadre des transferts sociaux en nature compris dans la consommation des visiteurs.

¹⁹ SCN93, § 10.6

- 4.70 Le tableau 9 suggère une évaluation de ces informations par type de service et niveau d'administration. La production est mesurée, comme c'est toujours le cas pour les services non marchands du SCN93, en utilisant les coûts de production, y compris la consommation de capital fixe comme composante de ces coûts.
- 4.71 Comme position pour mémoire, il est proposé une colonne supplémentaire destinée à recueillir des informations sur les services dont les industries du tourisme bénéficient mais qui sont financés par elles et qui ne rentrent donc pas dans la consommation touristique collective: en réalité, dans de nombreux pays, ce sont les industries du tourisme qui financent en partie la promotion du tourisme, les bureaux d'information, etc. Il importe de prendre ces dépenses en considération quand il s'agit d'évaluer l'efficacité des politiques. C'est pourquoi elles sont ajoutées à ce tableau.

Tableau 10 : Indicateurs non monétaires

- 4.72 Le tableau 10 présente certains indicateurs quantitatifs, sans expression monétaire, qui ont été employés dans quelques-uns des tableaux précédents et qui sont fondamentaux pour l'interprétation de l'information monétaire utilisée: nombre de voyages par type de tourisme, catégories de visiteurs et durée du séjour, indicateurs physiques concernant les formes d'hébergement; moyens de transport utilisés par les visiteurs non résidents qui se déplacent à destination du territoire économique du pays de référence ; et enfin, nombre et taille des établissements qui relèvent des activités caractéristiques du tourisme et connexes au tourisme.
- 4.73 Comme l'indique explicitement le SCN93,²⁰ les indicateurs physiques sont une composante essentielle des comptes satellites et ils ne doivent en aucun cas être considérés comme un élément secondaire de ces comptes.

B. Agrégats

- 4.74 Les agrégats ne sont pas les éléments les plus importants du Compte satellite du tourisme, lequel a pour objectif essentiel d'offrir des informations détaillées et analytiques sur le tourisme sous tous ses aspects : composition de la consommation des visiteurs, activités les plus concernées par les activités des visiteurs, relations avec d'autres activités productives, relations entre les différents points de vue possibles, etc. Ils ont néanmoins un grand impact politique qui ne peut être négligé, puisqu'ils mesurent l'importance quantitative du tourisme dans le pays de référence.
- 4.75 Il est nécessaire que ces principaux agrégats soient comparables avec d'autres macro-indicateurs à l'intérieur d'un pays, et entre pays.
- 4.76 Les agrégats qui sont présentés peuvent être mesurés dans la monnaie nationale du pays dont il s'agit. L'utilisation d'une devise internationale rend la comparabilité internationale plus directe.

²⁰ SCN93, § 21.5 et 21.113

4.77 Ils peuvent aussi être établis à prix courants (c'est-à-dire aux prix réellement en vigueur) ou à prix constants (c'est-à-dire par rapport aux prix d'une période de base ou de référence). Cette dernière présentation, qui facilite les comparaisons dans le temps, est destinée à mettre l'accent sur l'évolution du volume d'activités en la distinguant de l'évolution des prix.

B.1. Les principaux agrégats

4.78 Le CST propose de calculer les agrégats suivants considérés comme un ensemble d'indicateurs pertinents de l'importance du tourisme dans une économie :

- consommation du tourisme intérieur en espèces
- consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature)
- valeur ajoutée des industries du tourisme (VAIT)
- valeur ajoutée du tourisme (VAT)
- produit intérieur brut du tourisme (PIBT)

Ces agrégats sont ceux qui doivent être utilisés pour le moment à des fins de comparaison internationale; c'est-à-dire, au cours de la première étape d'élaboration d'un CST.

B.1.a. Consommation du tourisme intérieur

4.79 D'abord et avant tout, le tourisme est essentiellement un concept de demande, plus précisément un concept de consommation. Les caractéristiques du visiteur (consommateur) déterminent si la dépense de consommation concernant un produit est ou non liée au tourisme. Aussi est-il légitime de donner une importance particulière aux agrégats qui sont axés sur la consommation. Comme on l'a vu au chapitre II ²¹, les formes de tourisme sont des aspects importants à prendre en considération. La consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature) caractérise globalement le volume de la consommation des visiteurs à l'intérieur du territoire économique du pays de référence, dont la composante en espèces est la plus importante.

4.80 Si l'on applique les principes du SCN93 qui guident la préparation de la Comptabilité nationale d'un pays, il est logique de comparer ces agrégats aux principaux agrégats de la Comptabilité nationale, en particulier au produit national brut ou au produit intérieur brut, de la même façon qu'on y compare les importations totales, les exportations totales, la consommation finale totale des ménages ou l'excédent ou le déficit du secteur public. ²² Toutefois, il faut souligner que les agrégats de la consommation ne peuvent être exprimés comme une part du produit intérieur brut ou

²¹ CST, § 2.56

²² Le SCN93 fait une nette distinction entre le produit intérieur brut, mesure de la **production** de toutes les unités institutionnelles résidant dans un pays, et le produit national brut, mesure des **revenus** de l'ensemble de ces mêmes unités. Pour mettre l'accent sur cette différence, le SCN93 donne au "produit national brut" le nom de "revenu national brut" (RNB). SCN93, § 7.16 et 7.17

de la consommation finale des ménages au niveau des agrégats, puisque leur couverture diffère, la consommation des visiteurs incluant des mouvements (dépenses touristiques des producteurs) que la Comptabilité nationale classe dans la consommation intermédiaire des activités productives et non dans la demande finale.

B.1.b. Offre touristique

- 4.81 Pour caractériser l'offre touristique, on utilise trois indicateurs qui sont légèrement différents les uns des autres et se complètent mutuellement.

Valeur ajoutée des industries du tourisme

- 4.82 La rubrique "valeur ajoutée des industries du tourisme" additionne simplement la valeur ajoutée totale de toutes les activités productives caractéristiques, que leur production soit totalement ou partiellement fournie aux visiteurs, et exclut l'effet de la consommation des visiteurs sur d'autres activités productives.

- 4.83 La valeur ajoutée des industries du tourisme, qui est l'indicateur habituellement utilisé pour mesurer leur importance économique, est probablement un indicateur inadéquat du volume du tourisme dans un pays donné. La consommation par les visiteurs de la production des divers producteurs caractéristiques est variable, allant d'une part prépondérante de la production totale (par exemple, transport des voyageurs par vols réguliers, hôtels) à une part plus réduite (par exemple, restaurants avec service complet). Comme le "caractère touristique" d'une production déterminée n'est pas défini par ses propriétés particulières mais par l'objectif poursuivi par le consommateur au moment de l'achat, il y a entre la production des industries du tourisme (offre interne) et la consommation du tourisme intérieur (demande interne) un plus grand décalage que pour tout autre phénomène économique défini selon la fonction, comme la santé ou l'éducation. En conséquence, la valeur ajoutée des industries du tourisme, en tant qu'indicateur aussi bien de la demande que de l'offre, risque de donner une image déformée de la valeur ajoutée réellement attribuable à la consommation du tourisme intérieur dans le pays en question.

Valeur ajoutée du tourisme

- 4.84 En conséquence, et du fait que, par extension et au moyen d'un calcul, une valeur ajoutée peut être associée à la valeur d'une partie de la production d'une unité productive, la valeur ajoutée du tourisme (VAT) est définie comme la valeur ajoutée engendrée dans l'économie par les industries du tourisme et les autres industries en réponse à la consommation du tourisme intérieur.
- 4.85 La valeur ajoutée du tourisme comprend la part de valeur ajoutée engendrée par toutes les industries dans le processus de fourniture de biens et de services directement aux visiteurs ou aux visiteurs potentiels, ou, pour eux, à des tiers.
- 4.86 Par exemple, la valeur ajoutée des industries du tourisme comprendrait toute la valeur ajoutée engendrée par les restaurants, puisque leur activité est englobée

dans le CST en tant qu'industrie du tourisme. Par ailleurs, la valeur ajoutée du tourisme (VAT) inclurait la valeur ajoutée engendrée par les repas servis aux visiteurs dans les restaurants, mais exclurait la valeur ajoutée correspondant aux repas servis à des non-visiteurs par ces mêmes restaurants. Elle exclurait également la valeur ajoutée engendrée par les restaurants dans le cadre de toute autre activité secondaire comme, par exemple, la prestation de services de traiteur à des entreprises locales, la location d'espace à des tiers, etc., et de toute autre production dont ne profitent pas les visiteurs.

- 4.87 Par contre, la VAT inclurait également la valeur ajoutée correspondante associée à la production des activités secondaires qui, bien que caractéristiques du tourisme, sont réalisées par des établissements dont l'activité principale n'est pas une activité caractéristique du tourisme.

Produit intérieur brut (PIB) engendré par la consommation du tourisme intérieur (PIB du tourisme)

- 4.88 Suite aux recommandations du SCN93, la valeur ajoutée des agents économiques est fixée aux prix de base. Autrement dit, les productions de chaque activité sont évaluées en excluant toutes les taxes nettes sur les produits (c'est-à-dire les impôts indirects diminués des subventions sur la production) et la consommation intermédiaire est évaluée aux prix d'acquisition, c'est-à-dire en incluant les marges de distribution et toutes les taxes nettes sur les produits. Toutefois, comme les dépenses de consommation sont évaluées dans le SCN93 aux prix d'acquisition, à savoir en incluant toutes les taxes nettes sur les produits, il y a une part de l'impôt d'un pays sur les produits et les recettes d'importation qui est directement liée à la consommation des visiteurs.
- 4.89 Puisque le PIB total d'une économie est égal à la somme de la valeur ajoutée engendrée par toutes les activités productives (aux prix de base) plus les taxes nettes sur les produits et importations, il est possible de fixer des règles pour mesurer le PIB engendré par la consommation des visiteurs. C'est la somme de la valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par toutes les industries en réponse à la consommation du tourisme intérieur et du montant des taxes nettes sur les produits et importations inclus dans la valeur de cette dépense.
- 4.90 La figure IV.5 montre les relations entre les différents agrégats économiques qui caractérisent la dimension du tourisme du point de vue de l'offre.

Figure IV.5: Relations entre les différents agrégats économiques caractérisant la dimension du tourisme du point de vue de l'offre

	Valeur ajoutée des industries du tourisme	Valeur ajoutée du tourisme (VAT)	PIB du tourisme
Valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par l'offre des industries du tourisme aux visiteurs	oui	oui	oui
Valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par l'offre des industries du tourisme aux non-visiteurs	oui	non	non
Valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par l'offre aux visiteurs émanant d'activités extérieures aux industries du tourisme	non	oui	oui
Valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par l'offre aux non-visiteurs émanant d'activités extérieures aux industries du tourisme	non	non	non
Taxes nettes sur les produits et importations inclus dans la valeur de la consommation du tourisme intérieur (aux prix d'acquisition)	non	non	oui

4.91 À ce stade, il est important de traiter deux questions.

- Le seul indicateur caractérisant strictement l'offre touristique est la valeur ajoutée des industries du tourisme. La VAT et le PIB du tourisme résultent du rapprochement, dans le CST, de l'offre et de la consommation. Ce rapprochement est essentiel à la construction d'un CST et ne peut se faire en dehors du CST.
- Bien que ces deux indicateurs puissent donner une mesure de l'importance économique du tourisme dans un pays comme le fait le PIB de toute activité productive, ils ne se réfèrent pas au tourisme en tant qu'activité productive, elle-même comparable aux activités productives du SCN93. Ce sont des indicateurs provenant d'un rapprochement de la consommation et de l'offre du tourisme, et leur valeur dépend du champ d'application de la mesure de la consommation des visiteurs qu'adopte un pays.

B.2. Autres agrégats

- 4.92 Dans la présente section, il est question d'un ensemble de quatre agrégats dont l'élaboration, exception faite du premier (emploi touristique), devrait faire l'objet de la deuxième phase d'établissement d'un CST à laquelle il a été fait allusion plus haut.²³
- 4.93 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 des nombreux problèmes méthodologiques ; il peut aussi être attribué au manque d'expérience en matière de définition de solutions applicables pour l'estimation des données correspondantes par les Bureaux de statistique nationaux.
- 4.94 Le dernier agrégat (demande touristique) est une mesure synthétique obtenue par l'agrégation de la consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature), de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la consommation touristique collective. Il est considéré que cet agrégat revêt un intérêt analytique pour l'estimation du poids économique du tourisme dans un pays donné.

B.2.a. Emploi touristique

- 4.95 Il est difficile de réaliser et de justifier sur le plan théorique l'association d'un niveau d'emploi à une partie spécifique de la production d'une activité productive, association qui est nécessaire pour le calcul des emplois engendrés par la consommation des visiteurs.
- 4.96 Comme il n'existe qu'une expérience partielle et limitée concernant l'affectation de l'emploi à une partie spécifique de la production, la présente proposition n'inclut l'évaluation d'aucun des agrégats de l'emploi touristique engendré par la consommation des visiteurs.
- 4.97 En conséquence, pour le moment, cette proposition ne considère que le calcul de l'emploi dans les industries du tourisme (c'est-à-dire dans l'ensemble des établissements dont l'activité productive principale est une activité caractéristique du tourisme) en utilisant deux indicateurs : le nombre de postes de travail et le nombre de personnes employées.

B.2.b. Formation brute de capital fixe du tourisme

- 4.98 La mesure de la valeur de la formation brute de capital fixe associée à la consommation des visiteurs doit se faire en deux étapes : d'abord identifier les rubriques représentatives des biens d'équipement associés aux services prêtés aux visiteurs ; puis fixer une part de tourisme associée à chacune des composantes de l'investissement.
- 4.99 Il existe des difficultés conceptuelles et de mesure ainsi qu'un manque d'expérience dans le domaine de l'analyse fonctionnelle de la formation brute de capital fixe des pouvoirs publics; par exemple, il n'y a pas grande expérience concernant

²³ CST, § 4.5

l'identification des investissements des pouvoirs publics profitant au tourisme, car dans la plupart des cas, les bénéfices tirés de ces investissements sont répartis sur une très vaste circonscription. Par ailleurs, il n'y a pas encore suffisamment d'expérience pour essayer d'associer une part de la consommation des visiteurs à la formation brute de capital fixe.

- 4.100 Par conséquent, la présente proposition exclut, pour le moment, du champ de la formation brute de capital fixe les investissements publics dans l'infrastructure liée aux transports, où divers autres usages non touristiques sont également importants.
- 4.101 Enfin, l'estimation de la formation brute de capital fixe du tourisme n'est proposée que comme un exercice statistique utile et, pour le moment, elle ne servira pas à des comparaisons internationales.

B.2.c. Consommation touristique collective

- 4.102 Le fait que les services collectifs non marchands aient été exclus de la consommation des visiteurs ne signifie pas que la mesure du volume des dépenses de l'administration publique dans les domaines de la promotion des marchés, 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.
- 4.103 Dans de nombreux pays, le secteur public joue un rôle important dans le développement harmonieux des activités touristiques. Il met en place le cadre juridique de ces activités. Il impose certains contrôles sur la production des services et, dans certains cas, garantit la qualité des services fournis. Il fixe le cadre juridique des investissements privés et élabore des normes pour la protection de l'environnement et du patrimoine culturel et historique. Il étudie les mouvements de visiteurs et recommande certaines initiatives publiques pour attirer le flux des visiteurs vers certains endroits et à certains moments. 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.
- 4.104 Ces fonctions peuvent être développées aux différents niveaux de l'administration: au niveau national, au niveau régional (sous-national) et même au niveau d'entités locales.
- 4.105 L'intérêt de ces différentes activités conçues par l'administration publique peut être évalué selon les mêmes paramètres de mesure que pour n'importe quel autre service collectif non marchand, à savoir à travers leur coût de production. La valeur de la consommation est, par convention, égale à la valeur de la production.
- 4.106 Toutefois, il faut reconnaître qu'en plus de ses limites conceptuelles, il n'existe qu'une expérience partielle et restreinte de ce type de mesure. En conséquence, l'estimation de la consommation touristique collective n'est proposée que comme un exercice statistique utile et, pour le moment, elle ne servira pas aux comparaisons internationales.

B.2.d. Demande touristique

- 4.107 Si la consommation du tourisme intérieur est l'agrégat central permettant de cerner l'ampleur de la demande directe des visiteurs à l'intérieur du pays de référence, il est légitime de considérer qu'un tel agrégat pourrait être valablement complété par d'autres composantes de la demande finale générée par cette attention même aux visiteurs, avec lesquelles il n'y a aucun chevauchement possible. Cet agrégat pourrait s'avérer utile à des fins analytiques dans un pays donné.
- 4.108 Conformément aux recommandations du SCN93, il peut être établi un agrégat supplémentaire, la demande touristique, qui représente la somme de la consommation des visiteurs, de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la consommation touristique collective.
- 4.109 Par souci de cohérence avec les observations précédentes²⁴, la présente proposition n'envisage pas l'estimation de cet agrégat à des fins de comparaison au niveau international tant qu'il n'y aura pas plus d'expérience et d'études méthodologiques relatives à la mise en œuvre du CST

C Tableaux

²⁴ CST, § 4.93, 4.101 et 4.106

ANNEXE 1

**Tableaux de correspondance
de la liste des produits caractéristiques du tourisme
(CST/PCT) et de la liste des activités caractéristiques du
tourisme (CST/ACT)**

I. Liste des produits caractéristiques du tourisme (CST/PCT)

- I.1. La liste des produits caractéristiques du tourisme (CST/PCT) correspond partiellement à la liste provisoire des produits spécifiques du tourisme (PST) et, plus concrètement, aux produits considérés comme caractéristiques aux fins d'une comparabilité internationale des résultats. Par conséquent, la liste CST/PCT présentée dans les tableaux est conçue de manière à servir de proposition quant à la façon dont, dans l'avenir, les différentes organisations internationales pourraient présenter les résultats des pays ayant élaboré un CST.
- I.2. La codification des différentes rubriques comporte six chiffres, avec un point entre les cinquième et sixième chiffres. Les cinq premiers chiffres correspondent à la codification de la CCP (version 1.0)¹ et le sixième chiffre a été introduit exclusivement pour la présente liste. Si le sixième chiffre est un zéro, cela signifie que la rubrique est la même que celle présentée dans la version 1.0 de la CCP et qu'elle a été tirée de celle-ci. Par contre, si le sixième chiffre n'est pas un zéro, la rubrique ne correspondra que partiellement au code de la CCP. Par exemple, le code 63110.0 "Hotel and motel lodging services" est le même que le code 63110 de la CCP, tandis que le code 63199.1 "Sleeping-car and similar services in other transport media" correspond seulement en partie au code 63199 de la CCP.

1 - SERVICES D'HÉBERGEMENT (les titres des codes sont présentés en langue anglaise seulement)

1.1 Hôtels et autres services de logement

63110.0	Hotel and motel lodging services
63191.0	Holiday centre and holiday home services
63192.0	Letting services of furnished accommodation
63193.0	Youth hostel services
63194.0	Children's training and holiday camp services
63195.0	Camping and caravanning site services
63199.1	Sleeping-car and similar services in other transport media;hall residence of students

1.2 Services de résidences secondaires pour compte propre ou à titre gratuit

Cette sous-classe comprend le loyer fictif des résidences secondaires occupées par leurs propriétaires ou à titre gratuit et des appartements en multipropriété. Dans la CCP, il n'existe pas de code pour ces informations

72211.1	Support services to time-shares activities
---------	--

2 - SERVICES DE RESTAURATION

63210.0	Meal serving services with full restaurant services
63220.0	Meal serving services in self-service facilities
63290.0	Other food serving services
63300.0	Beverage serving services for consumption on the premises

¹ CCP : *Classification centrale de produits, version 1.0*, Nations Unies, 1998

3 - SERVICES DE TRANSPORT DE VOYAGEURS

3.1 Services de transport par chemin de fer interurbain

64111.1	Scheduled rail services of passengers
64111.2	Non-scheduled rail services of passengers

3.2 Services de transport par route

64213.0	Interurban scheduled road transport services of passengers
64214.0	Interurban special purpose scheduled road transport services of passengers
64219.1	Scheduled ski-hills services
64219.2	Teleferics -funiculars services
64221.0	Taxi services
64222.0	Rental services of passenger cars with operator
64223.0	Rental services of buses and coaches with operator

3.3 Services de transport par voie d'eau

65111.0	Coastal and transoceanic water transport services of passengers by ferries
65119.1	Other coastal and transoceanic scheduled water transport services of passengers
65119.2	Other coastal and transoceanic non-scheduled water transport services of passengers
65119.3	Cruise ship services
65130.1	Rental services of passenger vessel for coastal and transoceanic water transport with operator
65211.0	Inland water transport services of passengers by ferries
65219.1	Scheduled passenger services
65219.2	Sightseeing excursion services
65219.3	Cruise services
65230.0	Rental services of inland water passenger vessels with operator

3.4 Services de transport aérien

66110.0	Scheduled air transport services of passengers
66120.1	Non-scheduled air transport services of passengers
66120.2	Sightseeing services, aircraft or helicopter
66400.0	Rental services of aircraft with operator

3.5 Services annexes des transports

67300.0	Navigational aid services
67400.0	Supporting services for railway transport
67530.1	Parking of passenger terminal transport
67610.0	Port and waterway services (excl. cargo handling)
67690.1	Vessel fuelling services
67690.2	Maintenance and upkeep services
67710.0	Airport operation services (excl. cargo handling)
67790.0	Other supporting services for air or space transport

3.6 Location de matériel de transport de voyageurs

73111.0	Leasing or rental services concerning cars and light vans without operator
73114.1	Leasing or rental services concerning campers/motor without operator
73115.1	Leasing or rental services concerning passenger vessels without operator
73116.1	Leasing or rental services concerning passenger aircraft without operator

3.7 Services d'entretien et de réparation du matériel de transport de voyageurs

87143.0	Maintenance and repair services of trailers, semi-trailers and other motor vehicles n.e.c.
87149.1	Maintenance and repair services of leisure vessel of own use
87149.2	Maintenance and repair services of leisure aircraft of own use

4 - SERVICES D'AGENCES DE VOYAGES, DE VOYAGISTES ET DE GUIDES

4.1 Services d'agences de voyages

67811.0	Travel agency services
---------	------------------------

4.2 Services de voyagistes

67812.0	Tour operator services
---------	------------------------

4.3 Services d'information touristique et de guides

67813.0	Tourist information services
67820.0	Tourist guide services

5 - SERVICES CULTURELS

5.1 Arts du spectacle

96230.0	Performing arts facility operation services
96310.0	Services of performing artists

5.2 Services de musées et de conservation

96411.0	Museum services except for historical sites and buildings
96412.0	Preservation services of historical sites and buildings
96421.0	Botanical and zoological garden services
96422.0	Nature reserve services including wildlife preservation services

6 - SERVICES DE LOISIRS ET DE DIVERTISSEMENTS

6.1 Sports et services sportifs récréatifs

96510.0	Sports and recreational sports event promotion and organization services
96520.1	Golf course services
96520.2	Sky

96520.3	Race circuit
96520.5	Recreation park and beach services
96590.1	Risk sport and adventure

6.2 Autres services de loisirs et de divertissements

96910.1	Theme park services
96910.2	Amusement park services
96910.3	Fair and carnival services
96920.1	Casino services
96920.2	Slot machine services

7 - SERVICES TOURISTIQUES DIVERS

7.1 Services financiers et services d'assurance

71100.1	Travel card services
71100.2	Travel loan services
71311.1	Travel life insurance services
71320.1	Travel accident insurance services
71320.2	Travel health insurance services
71334.1	Passenger's aircraft of own use insurance services
71334.2	Passenger's vessel of own use insurance services
71339.1	Travel insurance services
71552.0	Foreign exchange services

7.2 Autres services de location de biens

73240.1	Non-motorized land transport equipment leasing or rental services
73240.2	Winter sports equipment leasing or rental services
73240.3	Non-motorized air transport equipment leasing or rental services
73240.4	Water sports and beach equipment leasing or rental services
73240.5	Camping equipment leasing or rental services
73290.1	Photographic camera rental services

7.3 Autres services touristiques

85970.0	Trade fair and exhibition organization services
97230.4	Spa services
91131.1	Fishing license services
91131.2	Hunting license services
91210.1	Passport issuing services
91210.2	Visa issuing services
96620.2	Guide services (mountain, hunting and fishing)
97910.0	Escort services

II. Liste des activités caractéristiques du tourisme (CST/ACT)

II.1. Les activités caractéristiques du tourisme peuvent être définies comme les activités productives dont la production principale est caractéristique du tourisme. Comme l'ensemble de ces activités ne constitue pas une branche unique conformément à la définition qu'en donne le SCN93,² le CST définit les industries du tourisme comme tous les établissements dont la principale activité productive est une activité caractéristique du tourisme.

II.2. Le tableau ci-après montre la correspondance entre les douze rubriques de la liste et les codes de la CITI et de la CITAT93.³

Description des activités	CITI – Rév.3	CITAT93
1 - Hôtels et établissements assimilés	5510	5510
2 - Propriété de résidences secondaires (imputée)	partie de 7010	partie de 7010
3 - Restaurants et établissements assimilés	5520	5520
4 - Transports de voyageurs par chemin de fer	partie de 6010	6010-1, 6010-2
5 - Transports de voyageurs par route	partie de (6021 et 6022)	6021-1, 6021-2, 6021-3 6022-1, 6022-2, 6022-3, 6022-4
6 - Transports de voyageurs par voie d'eau	partie de (6110 et 6120)	6110-1, 6110-2 partie de 6110, 6120-1, 6120-2, 6120-3, partie de 6120
7 - Transport aérien de passagers	partie de (6210 et 6220)	6210-1 6220-1, 6220-2
8 - Services annexes des transports de voyageurs	partie de 6303	6303-1, 6303-2, 6303-3
9 - Location de matériel de transport de voyageurs	partie de (7111, 7112 et 7113)	7111-1, 7111-2, 7111-3 partie de 7112, 7113-1
10 - Agences de voyages et activités assimilées	6304	6304
11 - Services culturels	9232 9233	9232-1, 9232-2 9233-1, 9233-2
12. - Services de sports et autres services récréatifs	partie de 9214 partie de 9241 partie de 9219 partie de 9249	partie de 9214 partie de 9241 9219-1 partie de 9249

² Le SCN93 définit la branche d'activité comme un "regroupement d'établissements exerçant le même type d'activités de production" (§ 15.13).

³ CITI : *Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique*, Recommandation des Nations Unies sur la Classification des activités économiques productives. La dernière édition de ces recommandations porte la référence. Serie M, N°4, Rev. 3 et a été diffusée en 1990.

CITAT : *Classification internationale type des activités touristiques*, élaborée par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et approuvée en tant que classification provisoire en 1993 par la Commission statistique des Nations Unies lors de sa 27^e session.

BIBLIOGRAPHIE

Fonds monétaire international

Manuel de la Balance des paiements, cinquième édition, 1993

Nations Unies

Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique CITI

Études statistiques, série M N° 4/Rev.3, New York, 1990

Nations Unies

Classification centrale de produits (CCP)

Études statistiques, série M N° 77, New York, 1991

Nations Unies et Organisation mondiale du tourisme

Recommandations sur les statistiques du tourisme

Études statistiques, série M N° 83, New York, 1994

Nations Unies, Fonds monétaire international, Banque mondiale, Organisation de coopération et de développement économiques, Communauté économique européenne

Système de comptabilité nationale

Études statistiques, série F N° 2/Rev.4, New York, 1993

Office statistique des Communautés européennes - EUROSTAT

Décision de la Commission du 9 décembre 1998 relative à la procédure d'application de la Directive 95/57/EC du Conseil sur la collecte des informations statistiques dans le domaine du tourisme

Office statistique des Communautés européennes - EUROSTAT

Méthodologie communautaire en matière de statistiques du tourisme, 1998

Organisation de coopération et de développement économiques - OCDE

Manuel sur les comptes économiques du tourisme, Paris, 1991

Organisation de coopération et de développement économiques - OCDE

Projet de Lignes directrices de l'OCDE pour un compte satellite du tourisme, mai 1999

Organisation mondiale du tourisme - OMT

Détermination de l'importance du tourisme en tant qu'activité économique dans le cadre du système de comptabilité nationale, avril 1983 (Rapport du Secrétaire général sur l'exécution du programme général de travail pour la période 1982-1983)

Organisation mondiale du tourisme - OMT

Manuels techniques

Concepts, définitions et classifications des statistiques du tourisme - Manuel technique n°1, 1995

Rassemblement des statistiques de la dépense touristique - Manuel technique n°2, 1995

Rassemblement des statistiques du tourisme interne - Manuel technique n° 3, 1995
Rassemblement et présentation des statistiques du tourisme - Manuel technique n° 4, 1995

Statistique Canada

Le Compte satellite du tourisme

Division de la comptabilité nationale et de l'environnement - Série technique n° 31, juillet 1994, Ottawa

Statistique Canada Commission canadienne du tourisme

Le Système de Comptabilité nationale

Guide des indicateurs nationaux du tourisme

Source et méthodes

Statistique Canada

Proposition en vue de l'établissement d'un Compte Satellite du Tourisme et d'un Système d'Information du Tourisme, juin 1991 Ottawa, Canada

World Travel and Tourism Council WTTC

Update principles for Travel and Tourism National Satellite Accounting, September 1998