

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA
Katedra romanistiky**

Bc. Kateřina ČAKLOVÁ

Tourisme et son impact sur l'économie nationale

Diplomová práce

Vedoucí práce:

Doc. Mgr. Jaromír KADLEC, Univerzita Palackého v Olomouci

Olomouc 2012

UNIVERSITÉ PALACKÝ D'OLOMOUC
FACULTÉ DES LETTRES
Département des études romanes

Bc. Kateřina ČAKLOVÁ

Tourisme et son impact sur l'économie nationale

Mémoire de Master

Directeur du mémoire:
Doc. Mgr. Jaromír KADLEC, Université Palacký d'Olomouc

Olomouc 2012

UNIVERSITÉ PALACKÝ D'OLOMOUC
FACULTÉ DES LETTRES
Département des études romanes

**Je déclare que le présent mémoire de Master est le résultat de mon propre travail
et que toutes les sources bibliographiques utilisées sont citées.**

Olomouc, le 7 mai 2012

Signature

Remerciement

Le présent mémoire est le résultat d'une vive collaboration internationale. Je tiens à remercier M. Jaromír Kadlec et M. Geoffroy Yrieix Bletton de m'avoir encouragée tout au long de mon travail et d'avoir ensuite surveillé soigneusement la rédaction de la présente étude.

Table des matières

Introduction.....	8
1. Le tourisme comme phénomène mondial.....	10
1.1 La définition des termes de base.....	10
1.2 Types des relations économiques internationales dans le tourisme.....	12
1.2.1 Circulation internationale des personnes.....	12
1.2.2 Circulation internationale des services.....	13
1.2.3 Circulation internationale des marchandises.....	14
1.2.4 Circulation internationale de capital.....	14
1.2.5 Circulation internationale des acquis scientifique-techniques.....	15
1.3 Caractères des relations économiques dans le tourisme international.....	15
1.3.1 La mondialisation.....	15
1.3.2 La régionalisation.....	16
1.3.3 La libéralisation.....	16
1.3.4 La déréglementation.....	16
1.4 Les organisations internationales dans le domaine du tourisme.....	17
1.4.1 L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).....	17
1.4.2 Le Conseil Mondial du Tourisme et des Voyages (CMTV).....	17
1.4.3 La Commission Européenne du Tourisme (CET).....	18
2. 20 ans de tourisme en République tchèque - l'impact de la transformation socio-économique sur le tourisme.....	19
2.1 L'évolution touristique en République tchèque en comparaison avec l'aménagement touristique complet en France.....	22
3. Le tourisme et le produit intérieur brut (PIB).....	30
3.1 Le PIB créé par le secteur du tourisme en République tchèque et en France.....	30
3.2 Changement du comportement des touristes influençant la « <i>production touristique</i> ».....	32
3.3 Le plan stratégique pour augmenter l'impact du tourisme à l'accroissement du PIB établi en République tchèque.....	33
3.4 Le plan stratégique pour augmenter l'impact du tourisme à l'accroissement du PIB au niveau de l'Union Européenne.....	35
4. Le tourisme et sa position sur le marché du travail.....	41
4.1 Les facteurs déterminants l'emploi dans le secteur touristique.....	41
4.1.1 La division touristique par rapport aux territoires.....	42

4.1.2	Qualification « <i>(non)nécessaire</i> » dans le secteur du tourisme.....	46
4.1.3	La réglementation juridique dans le secteur du tourisme.....	48
4.1.4	Les branches dominants dans le secteur du tourisme par la quantité de l'emploi.....	49
4.1.5	L'influence des emploi saisonniers.....	50
4.2	L'importance du tourisme dans le domaine de l'emploi pour l'économie nationale.....	51
4.3	Réforme contemporaine dans la détermination de la TVA et son influence sur la conservation de taux d'emplois.....	52
5.	Le tourisme et la balance des paiements.....	54
5.1	La balance des paiements du tourisme de la République tchèque.....	56
5.2	La balance des paiements du tourisme de la France.....	58
5.3	Le rôle de la monnaie sur la balance des paiements du tourisme.....	60
5.3.1	La dévaluation de la monnaie – problème ou avantage?.....	61
5.4	Les stratégies touristiques contribuant au résultat positif de la balance des paiements.....	63
6.	Compte satellite du tourisme.....	68
6.1	L'histoire du système du compte satellite de tourisme.....	69
6.2	Méthode de calcul.....	71
6.2.1	Tourisme récepteur.....	76
6.2.2	Tourisme des ménages, tourisme émetteur et tourisme intérieur.....	76
6.2.3	Production, consommation intermédiaire et valeur ajoutée brute du tourisme.....	77
6.2.4	La création du capital fixe brut du tourisme.....	78
6.2.5	La consommation collective du tourisme.....	78
6.2.6	Des indicateurs non financiers du tourisme.....	79
6.3	La problématique du Compte satellite du tourisme.....	79
7.	Les nouvelles tendances dans le tourisme en Europe.....	82
7.1	Les tendances principales s'imposant dans le tourisme et leurs conséquences pour le secteur touristique.....	82
7.1.1	La démographie.....	82
7.1.2	La santé.....	83
7.1.3	L'éducation.....	84

7.1.4	Le temps libre.....	84
7.1.5	Expérience de voyager.....	85
7.1.6	Style de vie.....	86
7.1.7	Les technologies de l'information et de la communication.....	87
7.1.8	Le transport.....	87
7.1.9	Le développement durable.....	88
7.1.10	La sûreté et la sécurité.....	89
7.2	Les nouvelles formes de tourisme.....	90
7.2.1	Les formes alternatives de tourisme dans le monde.....	90
7.2.1.1	L'Écotourisme et le cyclotourisme.....	90
7.2.1.2	Le tourisme religieux et le tourisme médical.....	92
7.2.1.3	Le tourisme de congrès.....	92
7.2.1.4	Le tourisme de golf.....	93
7.2.1.5	Le tourisme social.....	94
7.2.1.6	Le GeoCaching.....	97
	Conclusion.....	98
	Résumé en français.....	102
	Résumé český.....	103
	Abréviations utilisées.....	104
	Annexes	105
	Anotace	111
	Bibliographie	112

Introduction

Le tourisme est l'un des phénomènes les plus importants pour le développement économique du XXI^e siècle, d'une part avec l'égard à l'augmentation attendue de la prospérité économique et dans ce cas aussi du niveau de vie de la population et d'une autre part à l'accroissement attendu de fond de temps libre et l'extension de la nécessité de voyager en général, car le tourisme est devenu une des activités les plus préférées pour passer le temps libre.

Au début, il pourrait sembler que le tourisme ne soit que l'un des aspects sociaux représentant le niveau de vie de la population. Néanmoins, le but de ce mémoire est de prouver que le tourisme et toutes les activités qui sont en liaison avec ce secteur sont importants également au niveau économique. Le tourisme s'est même classé par son poids économique entre les branches industrialisées les plus importantes dans tous les pays développés, ce que concernent aussi bien la République tchèque et la France qui sont les pays de référence de ce mémoire.

Même si la République tchèque pourrait paraître en principe comme un acteur insignifiant en comparaison avec la France, la vérité reste dans le fait qu'après la fin de l'époque communiste en République tchèque, tous les secteurs économique et surtout celui du tourisme ont commencé une nouvelle ère. Ce que concerne le tourisme, la République tchèque représente un des pays les plus visités dans l'Union Européenne. Ce fait se rapporte aussi au changement de comportement des touristes contemporains qui inclinent de plus en plus à découvrir les pays de l'Est.

Les recettes de devises provenant du tourisme, sa participation dans la création du produit intérieur brut et dans la balance des paiements assurent son rôle irremplaçable dans l'économie nationale. Le tourisme offre aussi nombreuses occasions sur le marché de travail, même si les emplois touristiques se caractérisent par une certaine instabilité, surtout par rapport à la saisonnalité de la plupart des emplois et leur fluctuation élevée dans ce secteur.

Comme on a déjà mentionné, l'objectif du mémoire consiste à la détermination du poids économique du secteur du tourisme en République tchèque en évaluant son impact sur

les indicateurs économiques les plus principaux – le produit intérieur brut, l'emploi et la balance des paiements.

Dans la part suivante, on abordera le sujet du compte satellite du tourisme, la raison de sa création, sa composition et la méthode de sa formation.

Néanmoins, il ne faut pas oublier que le tourisme est aussi un des aspects sociaux dans nos vies, car presque tout le monde éprouve la nécessité de la mobilité. Le tourisme est un des domaines économiques qui se développe le plus rapidement et dans lequel il faut constamment développer les nouvelles formes du tourisme et améliorer les formes existantes, donc dans le chapitre final, on prendra connaissance des nouvelles formes du tourisme et des tendances qui contribuent à la création de ces formes.

1. Le tourisme comme phénomène mondial

1.1 La définition des termes de base

Il existe plusieurs définitions et perceptions de tourisme. Quelques définitions se différencient dans quelques détails, surtout ce qui concerne la durée de séjour, mais au total, toutes ces définitions suivent le même principe.

Selon le rapport du Conseil de l'Europe « le tourisme est en soi une activité positive puisque la motivation première de ceux qui voyagent est de vivre une expérience enrichissante. Qu'il le fasse pour se cultiver, se détendre, faire du sport ou être en meilleure santé, le touriste qui voyage a toujours comme objectif ultime un désir d'épanouissement personnel. »¹

Les Nations Unies définissent le tourisme comme « étant la somme des phénomènes et des relations résultant de l'interaction entre les touristes, les prestataires de services, les autorités du pays hôte et les communautés d'accueil, dans le cadre du processus qui consiste à attirer et à accueillir ces touristes et autres visiteurs. »

Pour l'Organisation Mondiale du Tourisme, « le tourisme est un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures, mais moins de quatre mois, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) ou un but de traitement médical (tourisme de santé).

En général, le tourisme peut être défini comme une activité des personnes en déplacement pour une période temporaire à un endroit en dehors de leur environnement normal pour une période plus courte que celle spécifiée, lorsque l'objectif principal de la visite est différent de la poursuite d'une activité lucrative dans le site de visite. Période de séjour hors de l'environnement normal dans le tourisme intérieur est six mois, dans le tourisme international, il s'agit de période de séjour au moins pour un an.²

Il ne faut pas oublier que pour le développement du tourisme, il est fondamental le développement du temps libre qui peut être défini comme une partie de temps non ouvrable au cours de laquelle un membre d'une société n'effectue aucune action

¹ *Tourisme et environnement dans les pays européens*. Strasbourg : Conseil de l'Europe, 1996. page 15

² PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, 2011. page 11

nécessaire et selon sa décision personnelle utilise ce temps pour se détendre, développement personnel et pour les différentes formes d'activité de loisirs.³

Bien évidemment, le *tourisme intérieur* comporte le tourisme pratiqué dans un pays d'origine d'une personne. Par contre, le *tourisme international (étranger)* représente une participation dans le tourisme en traversant la frontière nationale d'un pays. Le tourisme international représente un concept plus large en matière de mise en oeuvre territoriale du tourisme, y compris le déplacement des participants de tourisme, les participants se déplacent entre les États, sans une détermination territoriale spécifique (tourisme international de plusieurs États et régions).

Sauf le tourisme international, il existe encore la classification au *tourisme mondial* qui comporte le tourisme dans le monde entier au cours duquel on traverse les frontières, alors l'ensemble des tourisms récepteurs et émetteurs de tous les pays du monde.

Avec la notion de tourisme, il faut aussi bien déterminer la notion des sujets principaux de tourisme – *visiteurs* (touristes) qui sont définis comme les participants de tourisme en déplacement hors de leur environnement normal pour une période temporaire qui est plus courte qu'un an et pour une autre raison que pour l'objectif lucratif.

Il faut aussi distinguer la notion de visiteur de la notion *d'excursionniste* qui se distingue d'un visiteur régulier par la durée de son séjour qui est plus courte que 24 heures.

Sauf les visiteurs et excursionnistes, il ne faut pas oublier les *résidents permanents* qui sont – dans le tourisme international – les personnes qui vivent dans un pays au moins pour un an avant arrivée dans un autre pays pour une période plus courte qu'un an.

Le *tourisme émetteur* comprend les activités de visiteur (résident) hors du pays de référence soit comme la part de séjour dans le cadre du tourisme passif, soit comme la part de séjour dans le cadre de tourisme intérieur.

Le *tourisme réceptif* comporte les activités de visiteur (non-résident) dans un pays de référence au cours du séjour dans le cadre du tourisme réceptif.

³ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2009. page 16

L'économie du tourisme comprend *l'industrie du tourisme* et les autres secteurs qui servent pour l'industrie du tourisme comme les fournisseurs (vente des outils touristiques, production et distribution des produits alimentaires pour les établissements de restauration, services de marketings, services comptables, etc.). Cela nous permet de diviser l'industrie du tourisme aux activités touristiques directes (restaurants, agences de voyages, etc.) et activités touristiques indirectes qu'ils ont été déjà mentionnées.

1.2 Types des relations économiques internationales dans le tourisme

1.2.1 Circulation internationale des personnes

La liberté de la circulation des personnes est définie à l'article 3 du traité de l'UE, il implique que tout individu (ressortissant de l'UE ou d'un pays tiers), une fois entré sur le territoire de l'un des pays membres, peut franchir les frontières des autres pays sans subir de contrôles. Pour se déplacer, il n'a plus besoin de passeport et, par exemple, les vols entre destinations de l'espace Schengen sont considérés comme des vols intérieurs⁴.

La circulation libre des personnes elle est aussi une des conditions préalables pour le fonctionnement du marché commun. D'autres hypothèses sont alors libre circulation des services, des marchandises et des capitaux. Dans ce contexte, nous pouvons dire que la libre circulation des personnes est une condition pour lier les économies des États membres pour l'intégration étroite et efficace - et dans le cas de tourisme, ce fait se encore multiplie, car la circulation des personnes, ou concrètement des touristes sont une condition essentielle justement pour la propre existence de tourisme, puisque s'il n'y a aucune circulation des personnes ou leur mouvement entre les pays particuliers est assez limité (permis de séjour, visas, situation instable de pays, etc.), cela empêche le développement du tourisme.

La notion de liberté de circulation est très vaste et elle ne peut donc pas être réduite à une simple possibilité de personnes qui se déplacent d'un état à l'autre, alors à la réduction significative des contrôles en traversant les frontières nationales. Il faut se rendre compte que la libre circulation des personnes présente également la possibilité d'un changement de résidence des habitants (ou entreprises) des états afin d'effectuer

⁴ *Qu'est-ce que c'est l'espace Schengen* [en ligne]. [consulté le 2012-03-24]. Disponible sur le site Internet : <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/union-europeenne/ue-citoyennete/citoyennete-europeenne/qu-est-ce-que-espace-schengen.html>

leur travail sur le territoire d'un autre pays – tout cela, bien sûr, sous certaines restrictions. D'habitude, la circulation de main d'oeuvre est exclue de tourisme. Cependant, elle représente une source de main d'oeuvre pour le tourisme.

Néanmoins, il dépend des relations des pays particuliers, car il est impossible d'assurer une libération entière ce que concerne la circulation des personnes, surtout pour les raisons professionnelles. Par contre, concernant le secteur de tourisme, avec la mondialisation progressant, les restrictions de l'entrée sur le territoire d'un pays ne sont plus autant rigoureux. Un tel exemple nous présente l'UE et l'espace de Schengen⁵.

1.2.2 Circulation internationale des services

Le tourisme est une partie de mouvement international des services avec les services de transport, services de commerce, communication, finance, etc. Pour les services, il y a des activités de marché qui n'ont pas caractère des biens matériels.

La capacité de mouvement international des services s'est augmentée surtout depuis les années 1970 et 1980 du XXe siècle et en 2008 l'exportation des services a atteint mondialement 3 780 mld. dollars et l'importation 3 490 mld. dollars. En 2009, on a enregistré une diminution de 12 % aux 3 350 mld. dollars. Le tourisme présente à peu près 25 % de l'exportation des services commerciaux en tout.⁶

⁵ Il désigne un espace de libre circulation des personnes entre les États signataires de l'accord de Schengen, nom de la bourgade luxembourgeoise où il fut signé le 14 juin 1985, et de la convention d'application de l'accord du 19 juin 1990, entrée en vigueur le 26 mars 1995. Vingt-deux des vingt-sept membres de l'UE font actuellement partie de l'espace Schengen. La Bulgarie, la Roumanie et Chypre n'y participent pas encore. L'Irlande et la Grande-Bretagne, quant à eux, peuvent participer à toute ou partie de l'acquis Schengen. La Norvège et l'Islande, extérieurs à l'UE, ont un statut d'associés. La Suisse a également rejoint l'espace Schengen en décembre 2008, puis le Liechtenstein en mars 2011, portant à vingt-six le nombre d'États participants. Un État ne peut rétablir les contrôles qu'en cas d'atteinte à l'ordre public ou à la sécurité nationale et après consultation des autres États du groupe Schengen. En revanche, les contrôles aux frontières extérieures de l'espace Schengen sont renforcés par:

- Le développement de la coopération judiciaire et policière avec la création du SIS (Système d'information Schengen), fichier commun informatik fournissant le signalement des personnes recherchées pour arrestation et des véhicules ou objets volés
- La mise en place de règles communes en matière de conditions d'entrée et de visa pour de courts séjours, de traitement des demandes d'asile
- Le maintien de contrôles volant effectués par les autorités de police ou les douanes pour lutter contre le terrorisme et le développement de la criminalité organisée

⁶ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, 2011. page 38

1.2.3 Circulation internationale des marchandises

Les pays qui sont les exportateurs des marchandises significatives, sont habituellement aussi les marchés des ressources principales pour le secteur touristique (par exemple, la Chine, l'Allemagne, les États-Unis, l'Italie, la France, etc.). Les pays en développement sont dépendants d'importations des marchandises aussi bien comme d'importations des services (pour créer leur propre infrastructure de tourisme).

Comme dans le cas de mouvement international des services, aussi en cas des marchandises on a enregistré une diminution d'exportation des marchandises de 22 % aux 12 490 mld. dollars (12 682 mld. dollars d'importation) en 2009.⁷

1.2.4 Circulation internationale de capital

Dans ce cadre de relations économiques internationales, il s'agit de transfert d'investissements directs étrangers (IDE) qui sont le phénomène de l'internationalisation. Ce sont ceux flux d'investissements qui excèdent 10 % de part de sujet sous la forme de droit de suffrage, de propriété ou de part équivalent et les flux d'investissements de portefeuille provenant des titres d'actions des entreprises. Les investissements dans le secteur de tourisme sont importants non seulement pour les pays développés, mais surtout pour les pays en développement, grâce aux effets multiplicateurs de tourisme.

L'effet multiplicateur du tourisme n'est pas évident au premier aspect, parce qu'il est réalisé dans le cadre des relations fournisseurs-clients. Cet effet se rapporte au concept de l'effet multiplicateur de l'investissement qui a été théorisé par Keynes. Un effet multiplicateur est un mécanisme par lequel l'accroissement d'une grandeur au cours d'une période entraîne un accroissement plus que proportionnel d'une autre grandeur. Le multiplicateur est le coefficient par lequel est multiplié l'accroissement d'une grandeur X pour obtenir l'accroissement d'une grandeur Y qui découle de celui de X.⁸ Le montant de multiplicateur dépend de l'autosuffisance économique et la taille de la structure de l'infrastructure de pays de référence ou de région. Il dépend également du volume d'importation, alors si les importations sont faibles, cela signifie plus grand

⁷ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, 2011. page 39

⁸ D'AGOSTINO, S., DEUBEL, P., MONTOUSSÉ, M. et RENOUEAU, G. *Dictionnaire de sciences économiques et sociales*. Rosny : Bréal, 2008. page 194

multiplicateur des recettes qui dépend de la taille et compétitivité de l'économie nationale, aussi bien comme à l'inclinaison à consommation. Plus de consommation dans le cadre d'une économie nationale augmente le multiplicateur de recettes.

Sauf le multiplicateur de recettes, il existe d'autres types de multiplicateurs comme par exemple le multiplicateur d'emploi qui nous montre comment la consommation augmentant – comme le résultat de l'utilisation des services de tourisme – permet la création de nouveaux emplois. Multiplicateur d'emploi de tourisme nous dit combien de nouveaux emplois dans d'autres domaines de l'activité humaine ont été créés dans le rapport d'un emploi dans le secteur de tourisme. Le positif est que le tourisme est capable de créer des emplois sans grands investissements.

Le multiplicateur salarial représente les salaires et traitements résultant des emplois nouvellement créés. Généralement, la valeur de ce multiplicateur est supérieure au multiplicateur d'emploi, car les salaires sont plus élevés que l'augmentation de nombre d'emplois.

1.2.5 Circulation internationale des acquis scientifique-techniques

Nous pouvons comprendre cette classification de tourisme surtout comme une plateforme pour l'échange des acquis et des expériences dans le cadre du segment du tourisme de MICE⁹. D'autre part, on peut influencer le tourisme par les acquis scientifique-techniques en utilisant des licences, brevets, marques de protection, etc. Taxes sur les brevets et la licence sont des paiements et des recettes entre résidents et non-résidents pour les actifs incorporels, non financiers et des droits de propriété et leur utilisation.

1.3 Caractères des relations économiques dans le tourisme international

1.3.1 La mondialisation

Le sujet de mondialisation est un phénomène indispensable pour le développement du monde entier en général. La mondialisation influence tous les types d'environnement – social, culturel, politique, physique, institutionnel et surtout l'environnement économique. L'aspect important de la mondialisation et son impact dans la micro-

⁹ MICE – Meeting, Incentives, Congresses, Events/Exhibitions, cette abréviation anglaise peut être traduite en français comme CICE - Conférence, Initiative, Congrès, Événement/Exhibition

sphère de tourisme sont l'adaptation des fournisseurs et intermédiaires des services de tourisme aux exigences croissantes des participants de tourisme qui ont beaucoup plus d'expériences qu'auparavant et à la concurrence qui est beaucoup plus forte qu'avant vingt ou trente ans. Les touristes potentiels désirent de découvrir plus de territoires, surtout ceux qui ont été enfermés pendant long temps (surtout à cause des situations politiques instables, guerres, etc.) ou pas entièrement accessibles. La mondialisation influence également les stratégies des entreprises (fusions, acquisitions, alliances de marketing, etc.) et force les entreprises à s'internationaliser, surtout leurs productions, distributions, en concluant les contrats de coopération avec les entreprises étrangères, etc.

1.3.2 La régionalisation

La régionalisation est une tendance opposée à la mondialisation. Elle est associée au processus d'intégration et ses formes diverses, soit qu'il s'agisse d'une zone de libre-échange ou d'une zone douanière, marché commun au niveau économique ou politique. La création des groupements d'intégration régionaux et des formes de coopération plus libres représentent un impact significatif sur le commerce des produits et services touristiques.

1.3.3 La libéralisation

La libéralisation du commerce international des produits et services affecte de manière significative la forme des relations internationales dans le tourisme. La libéralisation se réfère à des processus associés à l'élimination des obstacles au commerce international des services.

1.3.4 La déréglementation

Dans le cadre de la déréglementation de tourisme, ce qui a la plus grande importance est la déréglementation des services de transport, notamment les services de transport aérien. Dans les années 1980, le processus de déréglementation s'est manifesté principalement dans le changement des canaux de la distribution, réduction des tarifs, création des nouvelles compagnies aériennes aux coûts bas, etc. Cela menait à l'augmentation de l'efficacité, réduction des coûts et augmentation de nombre d'options et de liaisons de transport.

1.4 Les organisations internationales dans le domaine du tourisme

Dans les sous-chapitres suivants nous allons nous concentrer sur les organisations internationales principales qui ont pour objectif uniquement développement du tourisme, car il existe beaucoup d'organisations internationales, dont les activités interviennent également dans ce secteur, comme par exemple l'Organisation des Nations Unies (ONU)¹⁰ qui fonctionne comme un organe universel ou l'Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE) qui s'efforce d'établir et maintenir la croissance économique et d'emploi, aussi bien comme l'accroissement de niveau de vie de la population mondiale, alors il est bien évidemment qu'est ses activités s'orientent aussi vers le secteur touristique.

1.4.1 L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)

L'OMT s'est formée en 1975 et depuis 2003 existe comme une organisation spécialisée de l'Organisation des Nations Unies. L'OMT est un organisme intergouvernemental qui a son siège à Madrid. C'est la principale organisation internationale dans le domaine des voyages et du tourisme. Elle se charge des questions de politique touristique. Il s'agit d'une seule tribune internationale qui sert aussi comme une source pratique de connaissances spécialisées et savoir-faire dans le domaine du tourisme. Elle a 155 pays membres, 7 territoires et plus de 400 membres affiliés du secteur privé, des institutions d'enseignement, associations de tourisme, etc. Le but de l'OMT est de stimuler le développement du tourisme et ses effets positifs aux niveaux économique et social.¹¹

1.4.2 Le Conseil Mondial du Tourisme et des Voyages (CMTV)

Il s'agit d'une deuxième organisation non gouvernementale la plus importante dans le tourisme international. C'est une tribune internationale pour les entreprises privées principales de l'économie mondiale qui fonctionnent dans le secteur de tourisme (dans l'époque contemporaine, cette organisation a plus de 100 membres). Le CMTV a été créé en 1990 à Londres où il a son siège. Cette organisation est une preuve d'une

¹⁰ L'Organisation internationale des Nations Unies a été fondée en 1945, après la Seconde Guerre mondiale, par 51 pays déterminés à maintenir la paix et la sécurité internationales, à développer des relations amicales entre les nations, à promouvoir le progrès social, à instaurer de meilleures conditions de vie et à accroître le respect des droits de l'homme.

¹¹ OMT : Organisation mondiale du tourisme : *Présentation de l'Organisation mondiale du tourisme* [en ligne]. [consulté le 2012-03-24]. Disponible sur le site Internet : <http://www.sommetjohannesburg.org/institutions/frame-omt.html>

certaine diversité des activités touristiques dans le secteur de tourisme, mais aussi hors de ce secteur. L'avantage de regroupement des entreprises réelles permet d'appliquer leurs précautions et instruments en pratique dans la vie réelle. Les buts principaux du CMTV sont l'augmentation de subconscient de l'impact entier du tourisme sur l'économie, l'harmonisation du développement du tourisme et de son impact sur l'environnement social, culturel et naturel et l'observation de son accroissement et développement durable.¹²

1.4.3 La Commission Européenne du Tourisme (CET)

La CET est une organisation à but non lucratif, dont le siège se trouve à Bruxelles. Sa création remonte à 1948 en Norvège et cette organisation regroupe aujourd'hui 33 pays membres qui ont un objectif commun : la promotion de l'Europe dans son ensemble, mais aussi de chaque pays en particulier et tout cela au niveau international. En effet, la CET est une association fondée sur la base volontaire qui regroupe les Offices Nationaux de Tourisme ayant en commun les deux objectifs suivants : accroître les flux touristiques vers l'Europe en provenance des autres continents par des actions de marketing et constituer un forum permettant à ses membres d'échanger idées et expériences dans l'intérêt de chacun et dans celui de l'ensemble.¹³

¹² The World Travel & Tourism Council (WTTC) : *Our Mission* [en ligne]. [consulté le 2012-03-24]. Disponible sur le site Internet : <http://www.sommetjohannesburg.org/institutions/frame-omt.html>

¹³ European Travel Commission : *Bienvenue à la Commission Européenne du Tourisme!*. [en ligne]. [consulté le 2012-03-24]. Disponible sur le site Internet : <http://www.etc-corporate.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=138>

2. 20 ans de tourisme en République tchèque - l'impact de la transformation socio-économique sur le tourisme

Le tourisme de la République tchèque a connu des changements pendant les derniers 20 ans. Il s'agissait de changements économiques et sociaux d'une part et de changements du développement de divers types d'offres et de demande touristique de l'autre. Évaluer tous ces changements n'est pas possible, parce qu'ils ont été vraiment profonds et essentiels.

Après les changements politiques et économiques en 1989, le tourisme en Tchécoslovaquie et plus tard en République tchèque a enregistré un développement progressif. Avec l'ouverture des frontières vers le monde occidental, la République tchèque est devenue la partie du marché mondial du tourisme et elle a bénéficié de l'attention considérable des touristes étrangers pendant les années 90 qui l'ont considéré comme une nouvelle destination intéressante et originale. Il faut également noter que ce pays devait pour ce poste à sa capitale – Prague, cette ville représente un phénomène du tourisme de l'Europe Centrale.

La première moitié des années 90 a été caractérisée par le développement progressif du tourisme, tandis que le tourisme intérieur a stagné en faveur du tourisme étranger. Avant la privatisation et la disparition du syndicalisme le tourisme de la République tchèque avait un caractère social. À la suite de la privatisation, la population de la République tchèque a commencé à s'orienter vers l'Europe Occidentale.

Dans les années suivantes on a enregistré un abaissement des sorties causé par la détérioration de la situation économique qui s'est manifestée par la croissance des prix des besoins nécessaires et alors par moins de moyens disponibles pour voyager. Cela a signifié que les préférences de la population tchèque se sont revenues au tourisme national. Cette tendance a continué même après l'année 2000.

Dans le cadre du tourisme des sorties prédominent les voyages surtout dans les pays voisins et les voyages à la mer. Par contre, après l'année 2002 les habitants de la République tchèque s'orientent de plus en plus vers les destinations exotiques.

Dans le nouveau millénaire, Prague, ou plutôt la République tchèque est perçue comme un pays solide, sûr et éprouvé qui a toujours quelque chose à offrir aux touristes et aussi pour cela le nombre des touristes arrivants a continué à augmenter aussi après l'année 2000. Cependant, aussi le domaine de tourisme a été influencé par la crise dans les deux dernières années, ce qui s'est montré dans la descente du nombre des touristes arrivants.

Avant 1989 c'était surtout les touristes de l'Europe de l'Est qui ont visité la Tchécoslovaquie à cause du communisme qui a enfermé ce pays de l'Europe Occidentale. Après l'année 1989 quand la désintégration de l'Union Soviétique s'est produit, la structure des touristes de la Tchécoslovaquie et plus tard de la République tchèque a beaucoup varié par rapport aux nationalités des visiteurs. Pendant les années 90 ce sont surtout les citoyens des pays de l'Europe Occidentale qui viennent en République tchèque et leur spectre s'est élargi des visiteurs du monde entier.

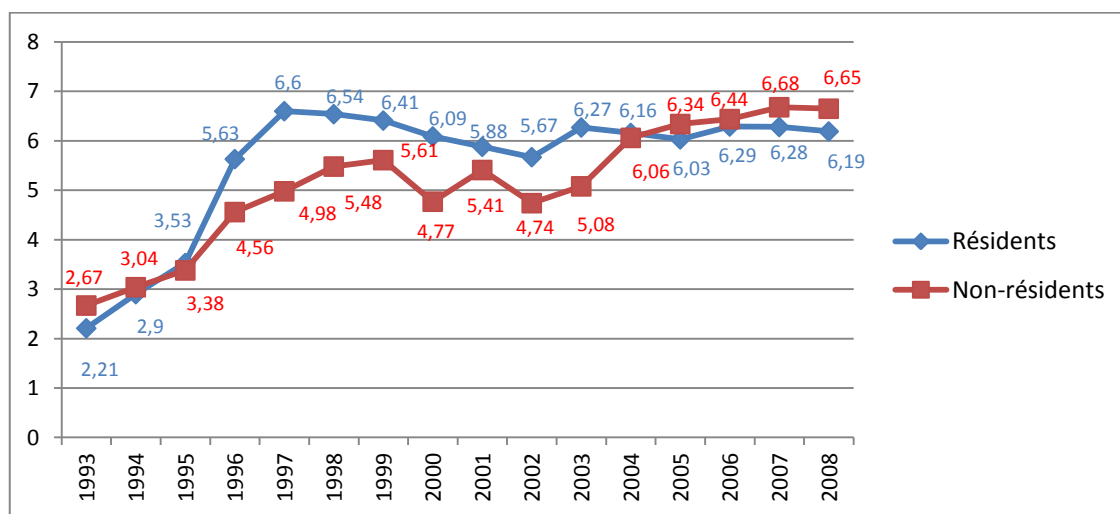
Par rapport aux statistiques de fréquentation touristique dans les établissements d'hébergement publiées du Bureau statistique de la République tchèque (ČSÚ), dans les cinq derniers ans plus de six millions de visiteurs sont arrivés en République tchèque chaque année.¹⁴ La chute considérable dans la fréquentation touristique a été enregistré en 2002 à cause des inondations en République tchèque. Néanmoins, les résultats ont reflété aussi la stagnation économique en Allemagne et le développement global du tourisme international qui a été influencé par les attaques terroristes aux États-Unis du 11 septembre 2001, le conflit de guerre en Irak et par l'épidémie de maladie SRAS¹⁵ – toutes ces raisons ensemble ont diminué intérêt de voyager, surtout à longue distance. Pourtant, en 2003 la situation sur le marché du tourisme international a commencé à augmenter sa vitesse, ce qui a mené à la reprise de la dynamique économique.

¹⁴ Les statistiques nationales de ČSÚ : *Les clients dans les établissements d'hébergement collectifs en République tchèque*. [en ligne]. [consulté le 2011-12-10]. Disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/graf/cr_od_roku_1989_cestovni_ruch_hoste

¹⁵ Le SRAS (syndrome respiratoire aigu sévère) est la première maladie grave et transmissible à émerger en ce XXI^e siècle. L'épidémie, partie de Chine fin 2002, a éclaté au niveau mondial en 2003 faisant plus de 8000 cas et près de 800 morts. Grâce à une mobilisation internationale sans précédent, motivée par l'alerte mondiale déclenchée le 12 mars 2003 par l'Organisation Mondiale de la Santé, l'épidémie a pu être endiguée par des mesures d'isolement et de quarantaine. De même, l'agent causal du SRAS, un coronavirus totalement inconnu, a pu être rapidement identifié. Le SRAS, au départ nommé pneumopathie atypique, est caractérisé par une fièvre élevée (>38°C), associée à un ou plusieurs symptômes respiratoires : toux sèche, essoufflement, difficultés respiratoires. D'autres symptômes peuvent être constatés comme des maux de tête, des douleurs musculaires, des diarrhées et un malaise général. La durée d'incubation ne dépasse généralement pas 10 jours.

L'année décisive est devenue l'entrée de la République tchèque à l'Union Européenne le 1^{er} mai 2004. À cette époque-là, la République tchèque a enregistré la plus grande augmentation des arrivées (19 %).¹⁶ Dans les chiffres absolus, c'était l'année 2007 qui a été la plus remarquable par rapport aux entrées des visiteurs en République tchèque (plus de 6,7 millions d'arrivées).¹⁷ Le graphique suivant résume évolution du nombre de visiteurs dans les établissements en République tchèque au cours des quinze dernières années. Sur ce graphique nous pouvons observer application numérique des faits qui ont été mentionnés (attaques terroristes, SRAS, etc.) et qui ont négativement influencé tourisme sur échelle mondiale et également sur le marché de la République tchèque (comme les inondations en 2002). Cependant, dans les dernières années, la République tchèque présente une tendance croissante dans sa fréquentation, probablement par rapport au plus grand intérêt des touristes à visiter les pays de l'Est, à l'augmentation de plus haute qualité des produits et services touristiques et aussi par rapport à la situation politique relativement stable.

Graphique 1 : Nombre de visiteurs dans les établissements d'hébergements en République tchèque dans les années 1993 à 2008 (en millions)



Source : Les statistiques nationales de ČSÚ sur *Le développement de la fréquentation de la République tchèque dans les établissements d'hébergement*, en ligne, [consulté le 2011-12-10], disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

¹⁶ CzechTourism : *Vliv členství České republiky v Evropské unii na cestovní ruch (L'Influence de l'adhésion de la République tchèque dans l'Union Européenne sur le tourisme)*. [en ligne]. [consulté le 2011-12-10]. Disponible sur le site Internet : <http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clenstvi.pdf>

¹⁷ BOHATOVÁ, M. *Návštěvnost ČR v roce 2007 : více příjezdů, méně přenocování (La Fréquentation de la République tchèque en 2007 : plus d'arrivées, moins de nuitées)*. Ihned.cz [en ligne]. 2008-02-18 [consulté le 2011-12-10]. Disponible sur le site Internet : http://life.ihned.cz/cestovani/c1-22983890-on-zahrani%E8n%EDch+turist%F9-000000_d-78

La République tchèque a gagné son attention chez touristes du monde entier. Cela menait à l'augmentation de popularité de la République tchèque pas seulement à l'échelle européenne, mais aussi bien à l'échelle mondiale, ce que nous prouvent les chiffres des revenus annuels du tourisme et lesquels contribuent à l'augmentation du produit intérieur brut (PIB) de la République tchèque, même si sa participation sur cet indicateur de l'économie nationale ne semble pas significative – 2,9 % de PIB.¹⁸ Cependant, nous pouvons affirmer que dans le secteur tertiaire sa part est assez considérable.

2.1 L'évolution touristique en République tchèque en comparaison avec l'aménagement touristique complet en France

Nous pouvons dire qu'il semble relativement disproportionné de comparer deux économies comme celle de la France et de la République tchèque. Mais le but de ce mémoire n'est pas de les comparer en total, mais justement cette part du tourisme et quel est son influence sur leur développement économique (en observant les indicateurs économiques principaux – PIB, inflation, chômage et balance des paiements).

En République tchèque la stagnation, ou plutôt l'absence du tourisme absolue a empêché son développement pendant l'époque de communisme. Mais tous les pays ont été affectés par les événements historiques, surtout par la Seconde Guerre mondiale. On peut également dire que même après l'apparition du communisme en Allemagne et en Tchécoslovaquie, le tourisme de la France a été influencé par la chute des revenus de cette activité.

Comme dans tous les pays, l'essor du tourisme en France a été permis par différents facteurs historiques, sociaux et politiques qui font que le tourisme est aujourd'hui une activité importante de l'économie. En France, c'était l'avènement des congés payés en 1936 (il faut aussi mentionner leur allongement progressif à cinq semaines de congés

¹⁸ Les statistiques nationales de ČSÚ. *TSA T11.1 Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR v letech 2003-2010 (Compte satellite du tourisme Tableau 11.1 Les indicateurs principaux de l'économie nationale et tourisme en République tchèque dans les années 2003 – 2010)* [en ligne]. 2012-02-03 [consulté le 2012-04-29]. Disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr

payés en 1982) qui a contribué au développement massif du tourisme français.¹⁹ Le terme de « vacances » n'était pas associé à l'idée de « départ » pour la plupart de la population française. Mais c'était l'époque des « Trente Glorieuses²⁰ » et l'augmentation du pouvoir d'achat pendant cette époque qui a permis de démocratiser le tourisme.

Comme en République tchèque, en France aussi, l'importance du tourisme s'explique surtout par la diversité de son patrimoine culturel et naturel mis en valeur par différentes politiques d'aménagement du territoire. Le secteur du tourisme a été ajusté par les différentes lois adoptées pendant les années 1960 pour attirer des touristes et valoriser territoire. Le développement du tourisme a consisté à créer des missions concernant le littoral²¹, la montagne²² et l'espace rural²³.

Le développement du tourisme en France a été accéléré également par l'évolution rapide de transport comme millage autoroutier, réseau aérien et surtout par le réseau ferroviaire à grande vitesse, dont les TGV (le train à grande vitesse) rapprochent les régions touristiques et les capitales régionales du bassin parisien deux fois plus rapidement que les autres types de transport (sauf les réseaux aériens qui sont par contre beaucoup plus chers que le transport ferroviaire).

¹⁹ RUIZ, G., WARNET, C. *Le poids économique et social du tourisme*. Paris : Conseil national du tourisme, 2010. page 23

²⁰ Les Trente Glorieuses font référence à la période d'une forte croissance économique dans les années 1948 et 1973 qui a été connu dans la grande majorité des pays développés. Cette expression a été créée par Jean Fourastié en 1979 en rappel des Trois Glorieuses, journées révolutionnaires des 27, 28 et 29 juillet 1830 qui avaient mis à la fin les jours du règne de Charles X. Cette expression désigne des changements économiques et sociaux majeurs qui ont marqué le passage de l'Europe, quarante années après les États-Unis, vers la société de consommation.

²¹ Entre les années 1960 et 1980 ont été mises en place différentes missions dont les plus importantes ont été la mission Racine en Languedoc-Roussillon et la mission interministérielle d'aménagement de la Côte Aquitaine (MIACA). Ces missions avaient pour objectif de répondre à l'augmentation de la demande touristique. Et les stations touristiques créées à cette époque obéissaient aux principes de standardisation et de massification de la production. Toutefois, les attentes des touristes ayant changé pour se tourner vers une quête de l'authenticité, la politique d'aménagement du littoral a dû être modifiée. C'est pourquoi a été adopté en 1986 la loi Littoral qui prône la protection de cet espace. Cette loi constitue donc une rupture avec la politique d'aménagement institués par les missions antérieures.

²² Le plan neige adopté dès 1964 a été élaboré dans le but de faire rester la clientèle touristique française sur le territoire national, et d'attirer la clientèle étrangère. Il avait également pour objectif de diversifier les types de vacances été comme hiver. L'aménagement répondait aux principes de standardisation et de massification de la production afin d'accueillir le plus de touristes possible. Puis a été adoptée en 1985 la loi Montae dans cet esprit de protection des milieux naturels français. Au cours de la période 1980 – 2000, la loi Montagne a cherché à arbitrer entre développement économique et touristique de la montagne et protection des milieux naturels.

²³ Aménagement de l'espace rural se fit progressivement sans passer par de grandes lois ou missions d'aménagement. Le tourisme rural s'est développé du fait de l'essor de l'urbanisation générant un tourisme de proximité et des courts séjours, formes de tourisme recherchées par la clientèle touristique Urbaine en quête d'authenticité. Face à cette augmentation de la demande, l'offre touristique en milieu rural s'est structurée notamment avec l'émergence de nouvelles formes d'hébergement (gîtes ruraux, chambres d'hôtes...).

Ces évolutions ont permis à la France de se doter d'une offre touristique diversifiée avec l'existence de différentes filières comme le tourisme urbain, le tourisme d'affaires, les activités de plein air, la thalassothérapie²⁴, le tourisme de nature, les sports d'hiver, le tourisme culturel, etc.

Aujourd'hui on peut dire que, en France, le territoire national a bénéficié d'un aménagement quasi complet, tant en infrastructures de transport, qu'en équipements d'accueil. Dans le cas de la République tchèque, on peut constater que le développement du tourisme était arriéré particulièrement en considérant les événements historiques (l'occupation soviétique, le processus de transformation, dont le but fut la transition de l'économie planifiée à l'économie de marché).

En République tchèque la démocratisation des relations politiques après 1989 a signifié aussi des grands changements dans le développement et organisation du tourisme. Ces changements ont commencé en 1991 par la loi de « *la petite privatisation* » qui a successivement rendu les entreprises nationalisées de l'infrastructure fondamentale du tourisme aux individuels du secteur privé – aux personnes physiques. Il s'agissait dans la plupart des cas des hébergements touristiques et des restaurants. Ce processus a duré 15 ans, jusqu'à l'année 2006. Nous pouvons estimer que de plus de 4 000 établissements d'hébergements en République tchèque avec la capacité de 156 000 logements dans le secteur du tourisme de ce temps-là (en 1987), c'était à peu près que la moitié de ces établissements qui ont été rendus aux personnes physiques²⁵, un dixième aux villes et les autres établissements ont été transformés aux établissements privés dans le cadre de « *la grande privatisation* » (à peu près 40 % d'établissements d'hébergement, par contre avec la capacité des logements plus de 70 %).²⁶

La grande privatisation qui a suivi dans les années 1993 – 2000 a signifié réévaluation des relations de propriété particulièrement chez les établissements plus remarquables de l'infrastructure fondamentale du tourisme (hôtels, spas, infrastructure de sports et de

²⁴ La thalassothérapie (du grec "thalasso": mer, "thérapie": soin) est l'utilisation simultanée, sous la surveillance médicale, dans un but préventif ou curatif, des bienfaits du milieu marin qui comprend le climat marin, l'eau de mer, les algues, les sables et autres substances extraites de la mer.

²⁵ Par rapport à la capacité des établissements d'hébergement, il ne s'agissait que de 20 % de logements de la capacité originale

²⁶ KUNC, J., ŠAUER, M., TONEV, P., VYSTOUPIL, J. *Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 – 2009. Urbanismus a územní rozvoj (Le développement du tourisme en République tchèque et son organisation spatiale dans les années 1990 – 2009. L'Urbanisme et le développement du territoire)*. Brno : Ústav územního rozvoje, 2010. page 1

loisirs, agences de tourisme et autres établissements de récréation). La plupart de ces établissements ont été dévolues aux unités existantes du secteur privé (85 %), le reste a été attribué encore aux municipalités. De plus de 200 000 logements dans les établissements de la récréation presque 80 % ont été transmis dans le secteur privé. 10 % ont fini par liquidation. La plus grande croissance a été enregistré chez les agences de voyages après 1989. À la fin de l'année 1989 il existait 11 agences touristiques nationales et coopératives. En 1995 on a enregistré presque 1 100 agences de voyages. Aujourd'hui il y a à peu près de 700 de ces agences, dont seulement 10 – 15 tour-opérateurs considérables. La demande dans le secteur du tourisme en République tchèque a aussi subi une grande transformation. L'ouverture de frontières a considérablement changé l'orientation géopolitique dans le tourisme étranger passif, aussi bien comme dans le tourisme actif. Au milieu des années 1980, à peu près 20 millions d'habitants de la République tchèque ont orienté leurs séjours de courte durée pour vacances vers les pays de l'ex-Union Soviétique et 1 million d'habitants vers l'Ouest (dont 600 milles ont été créés par les voyages professionnels). Aujourd'hui la situation est complètement opposée. En 2007 on a enregistré plus de 7 millions de participations pour les séjours de plus longue durée (plus de 4 jours) dans les pays occidentaux, dans les pays après que vers 700 milliers de participation. Également le tourisme actif s'est changé de la même façon, alors les arrivées des touristes étrangers en République tchèque (en 2007 7 millions de touristes ont visité la République tchèque, dont seulement 960 milles ont été de l'ex-Union Soviétique).²⁷

Comme on a déjà mentionné, tous les aspects de l'économie tchèque ont dû être modifiés pour accélérer sa croissance économique, y compris le tourisme. La gestion et organisation directive du développement du tourisme en République tchèque ont été modernisées et démocratisées au niveau central, régional et local. Pour ce cas, nous pouvons mentionner les nouveaux instruments et porteurs de la politique du tourisme, par exemple les politiques de l'état et des régions dans le cadre du développement du tourisme, leurs conceptions et programmes de développement du tourisme, aussi bien comme allocation des moyens financiers limités, organisation et activité des régions touristiques, création de nouveaux groupes touristiques et de nouvelles organisations

²⁷ KUNC, J., ŠAUER, M., TONEV, P., VYSTOUPIL, J. *Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 – 2009. Urbanismus a územní rozvoj (Le développement du tourisme en République tchèque et son organisation spatiale dans les années 1990 – 2009. L'Urbanisme et le développement du territoire)*. Brno : Ústav územního rozvoje, 2010. page 1

touristiques au niveau national, régional et local, renforcement de positions des municipalités et de leur rôle de soutien du tourisme, enseignement moderne du tourisme au niveau de l'enseignement secondaire et supérieur (notamment concernant management et marketing), considérable de développement du tourisme de fonds de l'Union Européenne, etc. Par toutes ces démarches, la République tchèque est revenue à la situation régulière dominant dans le tourisme européen pendant le dernier siècle.

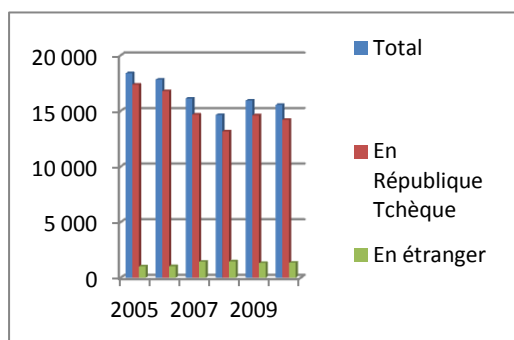
Dans le tableau suivant, on peut observer les voyages dans les années 2005 – 2010 classés par le nombre de nuits passées en République tchèque ou en dehors de ce pays. Selon les graphiques il est évident que dans la plupart des cas le développement du tourisme en République tchèque a été assez stable jusqu'à l'année 2008, dont cours a été déséquilibré par la crise mondiale qui s'est déclaré en 2007 et continué jusqu'à 2009. En général, le tourisme ne se classe pas parmi les secteurs touchés par la crise, ou plutôt pas autant comme les autres activités économiques. Pourtant, l'intérêt pour les voyages touristiques à l'étranger depuis apparition de récession économique a manifesté la tendance descendante. Cette tendance causée par la rupture sur les marchés des finances mondiales a affecté la plupart des destinations touristiques principales. C'était surtout l'Europe qui a été parmi les pays les plus touchés par la crise mondiale (particulièrement par la récession en Grande-Bretagne, Allemagne et aux États-Unis, alors dans les pays, dont les habitants souvent partent pour les vacances aux stations balnéaires européennes et pour les visites des métropoles européennes). La diminution a été aussi enregistrée par les autres régions comme Moyen-Orient, Asie, Pacifique, etc. Même si les prévisions ont supposé comme une compensation l'augmentation du tourisme national, aussi cette domaine-là a présenté la tendance descendante, bien que la situation dans ce type du tourisme n'était pas tellement sensible ce que concerne la République tchèque.

**Tableau 1 : Le tourisme récepteur de la République tchèque
dans les années 2005 à 2010**

	Nombre d'arrivées en longue durée (en milles) 4 nuits et plus			Nombre d'arrivées en courte durée (en milles) 1 - 3 nuits			Nombre d'arrivées pour séjours professionnels (en milles) 1 nuit et plus		
	Total	Résidents	Non Résidents	Total	Résidents	Non Résidents	Total	Résidents	Non Résidents
2005	9942	5567	4374	18 394	17372	1022	3740	2173	1567
2006	8933	4985	3949	17821	16783	1038	3793	2386	1407
2007	9433	4908	4525	16112	14678	1434	3823	2535	1288
2008	9906	4919	4987	14626	13155	1471	3601	2374	1227
2009	10453	5912	4541	15926	14602	1324	2327	1574	753
2010	10189	8566	4323	15546	14198	1348	1940	1183	757

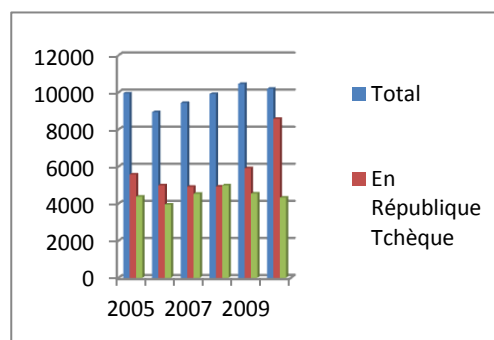
Source : Les données des statistiques nationales de ČSÚ : *La fréquentation de l'hôtellerie touristique en République tchèque*, en ligne, [consulté le 2011-12-15], disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

Graphique 2 : Nombre de séjours de longue durée pour 4 nuits et plus (en milles)



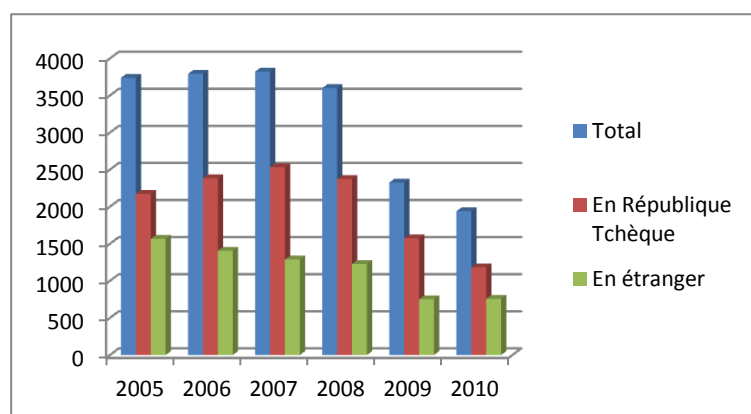
Source : Les données des statistiques nationales de ČSÚ : *La fréquentation de l'hôtellerie touristique en République tchèque*, en ligne, [consulté le 2011-12-15], disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

Graphique 3 : Nombre de séjours de courte durée pour 1 - 3 nuits (en milles)



Source : Les données des statistiques nationales de ČSÚ : *La fréquentation de l'hôtellerie touristique en République tchèque*, en ligne, [consulté le 2011-12-15], disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

Graphique 4 : Nombre de séjours professionnels pour 1 nuit et plus (en milles)



Source : Les données des statistiques nationales de ČSÚ : *La fréquentation de l'hôtellerie touristique en République tchèque*, en ligne, [consulté le 2011-12-15], disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

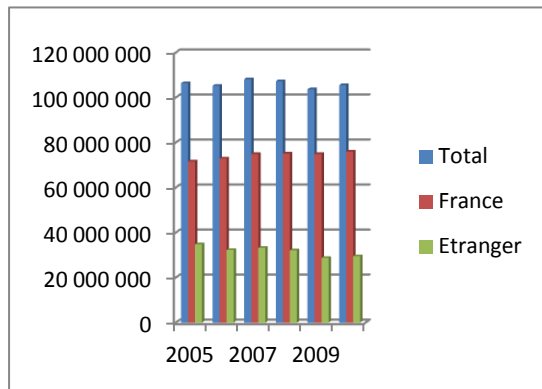
En France les statistiques ne trient pas les données du tourisme selon durée de séjour, habituellement elles sont classées selon nombre des arrivées et selon nombre de nuitées en général. Pour cette raison on mentionne que le nombre des arrivées et des nuitées dans les années 2005 – 2010 qui sont présentés dans le tableau et sur les graphiques suivants.

Tableau 2 : Le tourisme récepteur de la France
dans les années 2005 à 2010

	Arrivées			Nuités		
	Total	France	Etranger	Total	France	Etranger
2005	106 398 810	71 593 237	34 805 573	192 376 775	120 322 387	72 054 387
2006	105 233 481	72 929 521	32 303 960	191 925 193	123 104 691	68 820 502
2007	108 144 166	74 891 716	33 252 450	198 927 007	126 536 096	72 390 912
2008	107 281 345	75 144 175	32 137 170	197 615 026	126 550 427	71 064 599
2009	103 669 794	74 903 917	28 765 877	187 972 275	124 769 227	63 203 048
2010	105 492 730	75 992 091	29 500 640	192 171 778	127 251 769	64 920 009

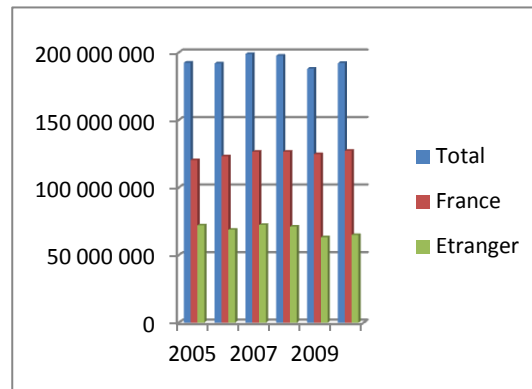
Source : Les données des statistiques nationales de l'INSEE : *La fréquentation de l'hôtellerie touristique en France*, en ligne, [consulté le 2011-12-15], disponible sur le site Internet : http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATnon13518

Graphique 5 : Nombre d'arrivées



Source : Les données des statistiques nationales de l'INSEE : *La fréquentation de l'hôtellerie touristique en France*, en ligne, [consulté le 2011-12-15], disponible sur le site Internet : http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATnon13518

Graphique 6 : Nombre de nuitées



Source : Les données des statistiques nationales de l'INSEE : *La fréquentation de l'hôtellerie touristique en France*, en ligne, [consulté le 2011-12-15], disponible sur le site Internet : http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATnon13518

Le secteur du tourisme en France semble plus stable avec moins de tendances descendantes. Pourtant, dans les années 2005 – 2010 les statistiques continues ont montré que même dans le cas d'une grande puissance mondiale du tourisme comme la France il y a des années qui ont marqué la chute dans le tourisme émetteur et récepteur,

même si ce type de diminution n'est pas tellement considérable comme dans le cas de la République tchèque.

Nous pouvons aussi estimer que la France peut prospérer de sa variété qui est basée sur sa division des régions, départements et les autres ensemble territoriaux et sur la diversité naturelle en général. De cette façon, nous pouvons dire que même si depuis l'année 2007 le tourisme en France présente moins d'activité (aussi par rapport à la crise mondiale), c'est surtout l'abaissement de l'activité touristique dans les régions particulières qu'en France en général. Par exemple, concernant la région Ile de France, cette région produit croissance stable, par contre quelques régions sont poursuivies par les descentes modérés qui varient surtout par la saison (Limousin, Franche-Comté, etc.).

Ce n'est pas tout-à-fait possible de comparer des pays comme la République tchèque et la France, surtout dans le domaine comme celui de tourisme, dont avantage et prospérité résultent du fond historique, patrimoine culturel et de l'infrastructure de chaque pays. Par contre, tous les pays souffrent des problèmes mondiaux qui passent d'un pays à l'autre et qui traversent notre planète encore plus rapidement à cause de la mondialisation et cette tendance se manifeste dans les mesures différentes correspondantes à la puissance économique de chaque pays, ce qui est aussi le cas de la République tchèque et de la France.

3. Le tourisme et le produit intérieur brut (PIB)

Le PIB mesure la richesse produite sur un territoire déterminé. Il se définit comme la somme des contributions productives (Valeur ajoutée) hors taxes réalisées par les acteurs du marché (entreprises, administrations, ménages) résidant dans le pays à laquelle on ajoute la TVA (taxe sur la valeur ajoutée) levant les produits et les droits de douane.²⁸

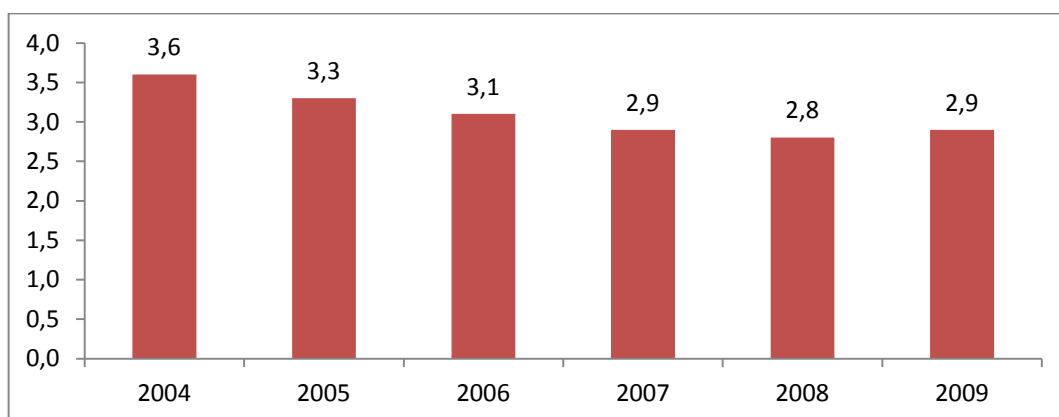
Formulation de la participation du tourisme à la création de la valeur ajoutée et du PIB est la partie clé du compte satellite du tourisme de la République tchèque. La valeur ajoutée est créée par les branches caractéristiques du tourisme et par les autres industries de l'économie nationale, dont production collective sert à la satisfaction de la consommation du tourisme intérieur. Le PIB est égal à la somme de la valeur ajoutée brute et du solde des subventions et des impôts.

3.1 Le PIB créé par le secteur du tourisme en République tchèque et en France

Les statistiques de la participation du tourisme au PIB en 2010 ne sont pas encore enregistrées dans les statistiques du compte satellite du tourisme. À la création du PIB le secteur du tourisme en République tchèque a participé en 2004 par 3,6 %. Depuis cette année, l'activité du tourisme contribuant à l'augmentation du PIB a enregistré la tendance décroissante jusqu'à l'année 2008, ce qui a été causé par l'accélération de la croissance des autres industries, bien que la consommation du tourisme intérieur ait augmenté de 22 % dans les années 2003 – 2008. En même temps la diminution plus lente de la part du tourisme au PIB qu'à la valeur ajoutée a été influencée par la croissance des impôts concernant les produits caractéristiques en comparaison avec les autres produits (i. e. augmentation de TVA dans les services et de la taxe à la consommation de l'alcool, carburant et des produits de tabac). La situation a changé en 2009. Pendant cette époque la plupart des secteurs économiques ont produit baisse considérable du PIB, mais dans le secteur du tourisme il y a été une certaine inertie qui s'est manifestée et qui a adouci l'impact de la crise économique mondiale, alors cet impact n'était pas autant agressif.

²⁸ BOUTON, B., GAULON, P., GAUTHY-SINÉCHAL, M., JOSPIN-PERNET, N., TOYE, A. *Marketing : L'Essentiel pour comprendre, décider, agir*. Bruxelles : De Boeck & Larcier, s. a., 2006. ISBN 2-8041-4954-4. page 62.

Graphique 7 : La participation du tourisme au PIB de la République tchèque dans les années 2004 à 2009



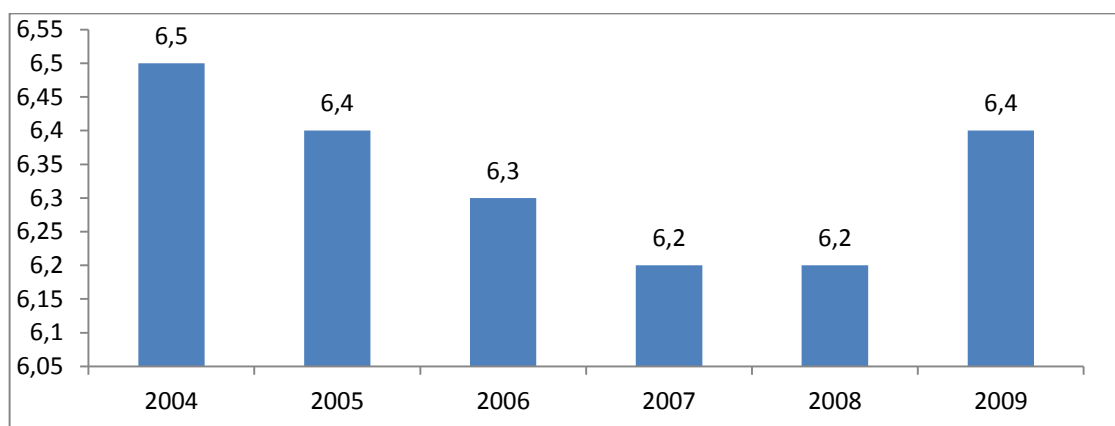
Source : Analyse de la situation du tourisme dans l'économie de la République tchèque publié par ČSÚ, en ligne, [consulté le 2012-12-18], disponible sur le site Internet : [http://www.pardubice.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/BE0037D830/\\$File/1804110610_14.pdf](http://www.pardubice.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/BE0037D830/$File/1804110610_14.pdf)

L'autre graphique décrit le poids économique du tourisme par rapport au PIB en France dans les années 2004 – 2009. La situation a enregistré le même développement avec des tendances descendantes. Après des années d'une forte croissance du tourisme pas seulement en France, mais aussi du tourisme international jusqu'en 2007, l'année 2008 a produit une rupture significative et l'année 2009 a été affectée par les turbulences économiques.

En dépit d'une baisse d'activité en 2009, le secteur du tourisme en France a plutôt bien résisté à la crise économique grâce à l'importance du tourisme de proximité, la qualité de l'offre et les efforts mis en place par les professionnels. En effet, si l'apport économique des touristes étrangers est important pour l'économie française, ce sont cependant les résidents qui assurent l'essentiel des résultats : ils réalisent les deux tiers des nuitées et de la consommation touristique.²⁹

²⁹ LÉVY, B. *Impact de la crise financière et économique dans le secteur du tourisme et comparaison avec les autres pays européens* [en ligne]. [consulté le 2011-12-18]. Disponible sur les sites Internet : http://www.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHIER=109817. page 7

Graphique 8 : La participation du tourisme au PIB de la France
dans les années 2004 à 2009



Source : Chiffre clés du tourisme : Édition 2010 publié par le Ministère de l'Économie, des Finance set de l'Industrie, en ligne, [consulté le 2011-12-18], disponible sur le site Internet : http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/c_cles/chiffres_cles10.pdf

3.2 Changement du comportement des touristes influençant la « production touristique »

Les indices similaires enregistrés aussi dans les autres pays de l'Union Européenne (UE) montrent que la crise économique a influencé la situation dans les secteurs touristiques des pays particuliers et que cela a aussi modifié comportement des touristes en général.

Par exemple, la crise a effectivement entraîné des modifications de comportement des touristes français et étrangers. Les Français sont partis en vacances d'hiver (de décembre 2009 à mars 2010) de la même manière que les autres années, selon l'enquête réalisée par le CRÉDOC³⁰ sur les vacances d'hiver. 17 % des Français sont partis entre décembre 2009 et mars 2010 et 7 % sont partis plusieurs fois. Ces chiffres sont comparables aux années précédentes, seule une minorité de Français partant en vacances d'hiver. Quant au budget de vacances d'hiver, il est sensiblement identique à celui de l'an passé, qui était déjà une année de crise.³¹

Si les Français ont été aussi nombreux que d'habitude à partir en vacances cet hiver, ils ont cependant contrôlé leurs dépenses. Même quand ils fréquentent un hébergement

³⁰ Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie – il analyse et anticipe le comportement des individus dans leurs multiples dimensions : consommateurs, agents de l'entreprise, acteurs de la vie sociale.

³¹ HOIBIAN, S. *Vacances 2010 : Les contraintes financières favorisent de nouveaux arbitrages* [en ligne]. Paris : CRÉDOC, 2010. [consulté le 2011-12-15]. Disponible sur le site Internet : http://www.credoc.fr/pdf/Sou/vacances_ete_2010.pdf

marchand, près des deux tiers d'entre eux se sont limités à l'hébergement seul, sans prestation de restauration. Pour limiter les dépenses, les partants ont choisi cet hiver un séjour en France plutôt qu'à l'étranger (33 %), 26 % ont opté pour une réservation de leur voyage longtemps à l'avance et 23 % ont préféré une station touristique moins onéreuse ou une plus petite station de sports d'hiver. Pour faire des économies, 25 % ont renoncé aux sports d'hiver. En effet, les sports d'hiver sont jugés chers par une grande majorité des Français, en particulier les prix des activités et des loisirs.³²

Les premiers résultats de l'enquête d'été montrent qu'en 2008 et 2009, sous l'effet de la récession économique, les Français mettaient tout en oeuvre pour continuer à s'évader pendant leurs congés, quitte à faire des compromis ou à recourir à des « bons plans » pour limiter leurs dépenses. En revanche, en 2010, pour la première fois depuis deux ans, les vacances semblent faire les frais des difficultés économiques des Français qui amorcent de nouveaux types d'arbitrages.³³

3.3 Le plan stratégique pour augmenter l'impact du tourisme à l'accroissement du PIB établi en République tchèque

Tous les indices mentionnés mènent à la formulation de plusieurs façons d'augmentation de la participation du tourisme au PIB et en même temps contribution à la croissance du PIB en total. Il est possible de les diviser aux sept priorités législatives:

- 1) **Diminution de TVA pour les services touristiques**, éventuellement l'exonération d'impôts complète, ce que pourrait soutenir le développement à long terme du tourisme par l'état. Cependant, le problème principal consiste dans la crise économique qui affecte non seulement l'Eurozone et l'UE, mais bien évidemment le monde entier, car tous les pays s'efforcent d'économiser sur tous les niveaux de l'économie nationale et de renforcer tous les types de revenus nationaux, surtout les taxes.
- 2) **Service de guide conditionné par la qualification professionnelle**, car par exemple en République tchèque l'activité de guide est un métier qui est reconnu

³² Le 4 pages de la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services. *Le tourisme en France en 2010 : moins de voyages mais plus de dépenses pour les Français, activité stable pour les étrangers* [en ligne]. [consulté le 2011-12-20]. Disponible sur les sites Internet : http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/4pages/4p14_dgcis.pdf

³³ LÉVY, B. *Impact de la crise financière et économique dans le secteur du tourisme et comparaison avec les autres pays européens* [en ligne]. [consulté le 2011-12-20]. page 7. Disponible sur les sites Internet : http://www.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHIER=109817

par la loi comme une profession libre qui n'exige pas la capacité professionnelle (prouvé par les certificats professionnels, diplômes, etc.). Les services de guide demandent la qualification professionnelle, connaissance des langues étrangères, etc. C'est surtout la qualification professionnelle qui assure la qualité des services et la protection des consommateurs.

- 3) **Entreprise illicite** – on demande que l'ensemble des services, qui répondent aux conditions de voyages désignées par la loi, soit garanti exclusivement par les agences de voyages qui sont obligées d'être assurées par la loi. Les autres entreprises ou les organisations sans but lucratif (écoles, établissements sociaux, etc.) doivent examiner leur responsabilité pour ce type de services. Un voyage peut être défini comme un déplacement effectué vers un point plus ou moins éloigné dans un but personnel (tourisme) ou professionnel (affaires) et également comme une combinaison d'au moins deux services, et donc cela peut être fourni seulement par les agences de voyages qui sont assurées contre la faillite.
- 4) **Visas** – pratique de livraison des visas par les bureaux représentatifs stagne surtout sur les questions du personnel, principalement dans les pays de l'ex-Union Soviétique, l'Asie sud-est et en Chine. Les postulants pour visas ne les reçoivent pas assez rapidement et la procédure de visas est assez compliqué dans les pays précités et cela mène aux pertes directes et indirectes et à la création d'environnement de corruption.
- 5) **Suppression des vignettes autoroutières pour les véhicules au-dessus de 3,5 tonnes du groupe payant.** Les péages (particulièrement en France) peuvent influencer de façon significative les frais de voyages. Également en République tchèque, tous les véhicules utilisant les autoroutes sur le territoire de la République tchèque sont obligés d'avoir une vignette autoroutière pour une période déterminée. Par contre, bien évidemment dans ce cas-là nous rencontrons le même obstacle comme dans le cas de suggestion de diminution de TVA – l'Europe se trouve dans la récession économique qui exige que tous les pays augmentent leurs recettes publiques et diminuent leurs dépenses et la vente des vignettes autoroutières contribue au budget public.
- 6) **Le tourisme social** ou autrement le tourisme pour tous, dont le but est élévation d'accessibilité du tourisme pour tous, pour ceux pour lesquels participation sur

le tourisme relativement difficile (pour les familles avec enfants, jeunesse, retraités et pour les handicapés).

- 7) **Fondation de la sous-commission pour le tourisme** – pour plus grande importance de domaine du tourisme, cela serait convenable d'établir dans le cadre des organes représentatifs une sous-commission pour le secteur du tourisme en République tchèque comme une part importante de l'économie nationale.

3.4 Le plan stratégique pour augmenter l'impact du tourisme à l'accroissement du PIB au niveau de l'Union Européenne³⁴

Les deux pays, comme les autres membres de l'UE, sont bien évidemment influencés également par la politique commune de l'UE. Le secteur du tourisme crée plus de 5 % du PIB de l'UE. Si nous rendons compte des autres branches qui sont en rapport avec le secteur du tourisme, la participation estimée du tourisme à la création du PIB est encore plus considérable. Le tourisme crée indirectement plus de 10 % du PIB de l'UE, ce que prouve l'importance de ce secteur pour la reprise économique de l'UE entière. Cela présente la situation convenable par rapport au but de l'UE concernant le développement durable du tourisme fondé à la qualité.

Le but est que l'Europe reste une des principales destinations touristiques. En 2010 il y a été plus de 370 millions de touristes qui ont visité l'Europe, ce que présente plus de 40 % de la participation totale sur le marché touristique. Le but de l'UE est de garder position. Par contre, il faut se rendre compte qu'il y ait plusieurs effets qui influencent le secteur du tourisme, c'est surtout changement constant de la situation économique qui est assez rapide, et dont conséquences nous ne sommes pas quelquefois capables analyser assez suffisamment, les touristes changent leurs demandes et aussi bien leurs destinations, ce sont également vieillissement de population et caractère saisonnier de voyage qui causent les problèmes spécifiques dans le domaine du tourisme.

Le renseignement de la Commission Européenne du 30 juin 2010 esquisse la politique, dont le but est soutenu le domaine du tourisme qui fait une partie inséparable du secteur économique en total, et propose les initiatives pour l'augmentation de la compétitivité

³⁴ Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité Économique et Social européen et au Comité des Régions. *L'Europe, première destination touristique au monde - un nouveau cadre politique pour le tourisme européen* [en ligne]. 2010-06-30 [consulté le 2011-12-20]. Disponible sur les sites Internet : http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/communications/communication2010_fr.pdf

de l'Europe en général, de son développement durable basé sur la qualité et maintient la singularité de l'Europe comme la destination touristique. On pourrait considérer les démarches mentionnées comme les aspects qui n'ont aucun rapport avec la participation du tourisme à la création du PIB, par contre c'est surtout le développement durable, la compétitivité de l'Europe et les autres instruments qui contribuent à l'attraction des destinations touristiques, aux intérêts des touristes pour visiter ces destinations et donc aussi à l'augmentation du PIB.

Le renseignement de la Commission Européenne propose 21 précautions et les autres diversifications des services du tourisme, comme par exemple :

- 1) Développer une stratégie cohérente pour la promotion diversifiée de l'offre touristique et améliorer la valeur du patrimoine européen, surtout en s'appuyant sur le label du « *patrimoine européen* » ainsi que sur d'autres événements comme les Journées européennes du patrimoine³⁵ et le Prix du patrimoine culturel de l'Union européenne³⁶.
- 2) Encourager l'intégration dans les stratégies touristiques du « *patrimoine naturel* » qui bénéficiera également des initiatives de labellisation.
- 3) La Commission européenne lancera une plateforme pour les techniques d'information et de la communication et du tourisme, dans laquelle le but des sujets participants sera facilité d'adaptation du secteur du tourisme et des entreprises du tourisme au développement du marché des nouvelles techniques d'information et de la communication et améliorer leur compétitivité et en même temps on utilisera les synergies entre ces deux secteurs différents.
- 4) Incorporation du tourisme plus profonde dans le contexte du commerce électronique et amélioration de son évaluation.

³⁵ L'initiative des Journées du patrimoine, lancée en 1991 par le Conseil de l'Europe, est devenu 1999 une action conjointe du Conseil de l'Europe et de la Commission européenne, permettant la présentation de biens culturels inédits et l'ouverture exceptionnelle au public d'édifices historiques. Leur but est rapprocher les citoyens afin de parvenir à une meilleure compréhension mutuelle malgré la différence de cultures et de langues.

³⁶ Les prix du patrimoine culturel de l'Union européenne – EUROPA NOSTRA – mettent en exergue des initiatives remarquables de conservation du patrimoine européen et de sensibilisation à la richesse de ce patrimoine. La Fondation EUROPA NOSTRA a été sélectionnée en 2007 sur la base d'un appel à propositions dans le cadre des actions spéciales du Programme Culture. EUROPA NOSTRA est en charge d'organiser la sélection et l'attribution du Prix de l'Union européenne pour le patrimoine culturel.

Des prix sont décernés dans les quatre catégories suivantes:

- projets de conservations
- recherche
- contributions exceptionnelles, par des personnes ou des groupes, à la défense du patrimoine
- éducation, formativ et sensibilisation dans le secteur du patrimoine culturel européen

Les prix décernés sont de deux niveaux:

- un grand prix, accompagné d'un chèque de 10 000 euros, est décerné à un maximum de six candidats
- les autres prix sont remis à un maximum de 25 candidats

- 5) Pour le soutien de l'éducation dans le domaine du tourisme la Commission européenne va essayer d'imposer les possibilités des programmes de l'UE différents, comme par exemple Leonardo da Vinci³⁷ ou le programme général pour les innovations et compétitivité et ses parties constituantes l'Erasmus européen pour les jeunes entrepreneurs³⁸ et les autres programmes soutenant les innovations de l'éducation dans le secteur du tourisme.
- 6) Faciliter le mécanisme des échanges touristiques volontaires entre les membres de l'UE, cela sera déterminé surtout pour quelques groupes principaux comme les jeunes, retraités, handicapés et les familles économiquement faibles qui pourront dans ce cas-là voyager surtout hors de la saison principale. Les méthodes existantes ont fait leurs preuves, surtout en Espagne et au Portugal, où elles ont montré que même le secteur public est capable de financer ce type de mécanismes avec rentabilité positive d'investissements (plus de 1,5 € sur 1 € émis), si nous prenons en considération les avantages résultant de création d'emplois, occasion complémentaire pour le secteur privé et également les revenus des taxes à la suite d'accroissement des activités.
- 7) Créer un mécanisme volontaire de l'échange des informations électroniques avec le but de mieux coordonner les vacances scolaires entre les pays de l'UE sans toucher les traditions culturelles du pays donné.
- 8) La Commission européenne va renforcer la surveillance dans le cadre des marchés de consommateurs et elle va se préoccuper de la satisfaction des consommateurs européens avec des produits et des services divers du tourisme (transport, hébergement, voyage touristique, etc.).
- 9) La Commission européenne va créer les projets pour la création du réseau des instituts de recherches, universités, centres privés et publics du monitoring du tourisme, organes régionaux et nationaux du tourisme et des agences de voyages intérieurs.

³⁷ Le programme Leonardo da Vinci est un des programmes sectoriels du programme Education et Formation tout au long de la vie. Il est conçu comme un outil chargé de donner une impulsion aux systèmes de formativ et d'enseignement professionnels en Europe dans leur diversité. Il permet la mobilité des personnes désireuses d'acquérir une expérience professionnelle en Europe, il facilite les échanges de bonnes pratiques entre responsables de formativ et constitue aussi un levier de choix pour mettre en place de nouveaux outils et méthodes de formation, afin d'étendre leur application au niveau européen.

³⁸ Le programme Erasmus pour les jeunes entrepreneurs offre aux futurs patrons l'occasion de mieux se préparer à la gestion des petites et moyennes entreprises (PME). Les candidats admis passeront plusieurs mois auprès d'un dirigeant d'entreprise expérimenté dans un pays de l'UE. L'objectif est de former les stagiaires à la création d'entreprise et les aider à dénicher des marchés et rencontrer des partenaires commerciaux.

- 10) Soutien du développement de fondation du Centre virtuel du monitoring du tourisme, dont l'objectif sera supporté et coordonné les activités de recherche de plusieurs instituts de recherche nationaux et fournit les données socio-économiques du tourisme au niveau européen.
- 11) Par rapport aux initiatives des programmes NECSTour³⁹ et EDEN⁴⁰ la Commission va former les systèmes des indicateurs menant à la gestion durable des destinations qui vont s'orienter vers la création d'une marque qui va propager les destinations touristiques européennes.
- 12) Organiser les campagnes mondiales pour les touristes européens, ce que concerne sélection des destinations et des moyens de transport, relations des touristes avec la population locale des pays visités, etc.
- 13) Création de la marque européenne du « *tourisme de qualité* » pour tous les pays de l'UE, grâce à laquelle on pourrait augmenter la sécurité des produits et des services touristiques et confiance des consommateurs dans ces produits et services; cette marque va également contribuer à plus de récompense pour les employés dans le secteur du tourisme, dont le but doit consister à des produits et des services du tourisme de bonne qualité et de cette façon de renforcer cette marque européenne du tourisme de qualité.
- 14) Faciliter aux industries du tourisme à découvrir les risques alliés avec les changements climatiques pour éviter les investissements déficitaires et examiner toutes les possibilités pour la création des offres touristiques alternatives.
- 15) Proposer un document du tourisme durable et responsable et créer un prix européen pour les entreprises du tourisme et les destinations par rapport aux valeurs mentionnées dans ce document (par contre ce document n'est pas tout-à-fait nécessaire, car il existe déjà Le Prix du patrimoine culturel de l'Union européenne – EUROPA NOSTRA – et le programme EDEN; dans ce cas-là nous pourrions supposer uniquement changement des critères d'évaluation des destinations et des entreprises, ou unification éventuelle de ces deux programmes pour leur simplicité).

³⁹ NECSTouR est un réseau de 21 régions et 17 membres associés des secteurs public et privé du tourisme, à l'échelle régionale, nationale et européenne. Depuis sa création en 2008, il participe à la coordination de programme et à l'émergence d'actions des régions européennes pour le développement d'un tourisme durable et compétitif. Il est également un acteur clé d'appui à la Commission européenne pour la définition de la politique européenne du tourisme.

⁴⁰ L'acronyme EDEN (European Destinations of Excellence) désigne les destinations européennes d'excellence. Il s'agit d'un projet encourageant les modèles de développement d'un tourisme durable à travers l'Union européenne, dans le cadre duquel des concours nationaux sont organisés chaque année et débouchent sur la sélection d'une « destination d'excellence » touristique dans chaque pays participant.

- 16) Proposer une stratégie pour le tourisme littoral et marin.
- 17) Créer ou renforcer la coopération entre l'UE et les pays en développement principaux (Chine, Russie, Inde, Brésil) et les pays de la Méditerranée pour la publicité des modèles du développement du tourisme durable et responsable.
- 18) Créer, en coopération avec les États membres, une véritable marque « Europe » qui puisse accomplir les efforts promotionnels aux niveaux national et régional et mieux permettre aux destinations européennes de se distinguer des autres destinations internationales.
- 19) Promouvoir le portail « visiteurope.com » afin d'accroître l'attraction de l'Europe comme un ensemble de destinations touristiques durables et de qualité, particulièrement auprès des pays émergents.
- 20) Favoriser des actions communes de promotion lors de grands événements internationaux ou dans les Aires et salons touristiques de grande ampleur.
- 21) Renforcer la participation de l'Union européenne dans les enceintes internationales, notamment dans le contexte de l'Organisation mondiale du tourisme, de l'OCDE et d'Euro-Med⁴¹.

Toutes les mesures sont établies afin d'encourager le développement du tourisme en général et en même temps aussi la compétitivité de l'Europe et afin de maintenir son poste l'une des puissances mondiales aux niveaux économique et social.

Suivant ces mesures nous pouvons affirmer qu'il y a une liaison consistante entre le PIB et la compétitivité des économies nationales. En pratique nous rencontrons la notion de la compétitivité surtout en connexion avec des entreprises, ça veut dire que la compétitivité d'une entreprise présente sa capacité à faire face à la concurrence tant sur les marchés externes que sur les marchés internes, c'est une entreprise qui est capable de s'adapter aux évolutions futures et de s'y préparer, pour fabriquer des produits compétitifs et innovant sur un marché concurrentiel, afin de satisfaire le besoin des utilisateurs.

⁴¹ Le partenariat Euro-Med (le Processus de Barcelone) a été créé en 1995 à Barcelone, à l'initiative de l'UE et de dix autres États riverains de la mer Méditerranée (Algérie, Autorité palestinienne, Égypte, Israël, Jordanie, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie et Turquie). L'Albanie et la Mauritanie sont membres de l'Euro-Med depuis 2007. Euro-Med rassemble désormais 27 États membres de l'UE et 12 États du sud de la Méditerranée. La Libye a un statut d'observateur depuis 1999. Il s'agit d'une politique régionale et multilatérale de partenariat associant les États des deux rives de la mer Méditerranée. La politique européenne de voisinage instaurée en 2004, vise à compléter et renforcer le processus de Barcelone au moyen de plans d'action bilatéraux convenus avec tous les pays partenaires (dans ou hors de l'Euro-Med).

Contrairement de la compétitivité d'une entreprise, la compétitivité d'une économie nationale ou même d'un pays est une notion beaucoup plus difficile à expliquer. La définition qui est utilisée le plus souvent dit que la compétitivité d'un pays est une capacité d'être une destination attractive pour les investisseurs étrangers en conformité avec ses propres critères. Pendant que les entreprises s'efforcent d'obtenir et de maintenir faveur de leurs consommateurs, les économies nationales s'efforcent d'attirer les investisseurs mondiaux.

Par contre, PIB est un agrégat des comptes nationaux qui est utilisé pour mesurer la production dans un pays donné et qui est défini comme la valeur totale de la production de richesses concernant aussi valeur des biens et services détruits ou transformés durant le processus de production); de ce point de vue, il y a des économistes qui estiment que si l'économie produise des biens et des services, cela veut dire qu'il y a une valeur qui résulte de cette production. Mais création de la valeur de la production uniquement est douteuse, il dépend aussi de type de produits et services qui sont produits par l'économie nationale, alors les produits et services qui contribuent à la prospérité de la population du pays. De l'autre côté, la compétitivité n'est pas seulement une capacité économique, mais il y a des autres indicateurs qui influencent la compétitivité et aussi bien le PIB - les facteurs mous⁴², ceux qui sont par exemple l'environnement, niveau de vie, connaissances, nouvelles technologies, etc. Ce que concerne le tourisme, c'est surtout l'état qui peut encourager la population à s'intéresser plus au tourisme, faciliter voyager pour les gens économiquement faibles par rapport au tourisme social, relever non seulement la qualité des produits et services du tourisme, mais aussi bien le contrôle de la protection des consommateurs des produits et services du tourisme.

⁴² Facteurs non mesurables

4. Le tourisme et sa position sur le marché du travail

La population active est l'approche quantitative du facteur travail, elle est composée de l'ensemble des personnes qui exercent une activité professionnelle ou qui sont à la recherche d'une activité. Elle comprend donc ceux qui ont un emploi et ceux qui sont au chômage ou les appelés du contingent. Le taux d'activité est le rapport entre le nombre d'actifs occupés et à la recherche d'un emploi et la population totale correspondante.⁴³

Dans le domaine de l'emploi, il faut distinguer les emplois directs et indirects, dont les emplois directs sont ceux qui effectuent les activités touristiques, eux-mêmes (hôtellerie, restauration, guidage, etc.) et les emplois indirects sont les emplois recensés dans les activités fournisseurs du tourisme (transports, spectacles, ameublement, bâtiment, alimentation, habillement, etc.).

Soutien de la diminution du chômage, création des nouveaux emplois, formation plus profonde et requalification des employés potentiels – tout cela devrait être classé dans l'ensemble des mesures de la politique de l'emploi de chaque pays, car le but de chaque représentant gouvernemental devrait assurer la lutte efficace contre le chômage, par contre c'est un but qui se trouve dans toutes les propagandes électorales de tous les partis politiques qui veulent se mettre au pouvoir pour gérer l'état.

Pour la plupart des pays l'activité économique se concentre plutôt dans les secteurs de l'industrie et de l'agriculture, le secteur des services commerciaux, du tourisme et les autres sont toujours en comparaison avec les deux secteurs mentionnés dans la minorité, même si dans l'époque contemporaine c'est le secteur tertiaire, alors le secteur des produits et des services, qui de plus en plus dépasse le secteur de l'agriculture, surtout dans les pays développés qui sont caractérisés surtout par les sociétés de consommation.

4.1 Les facteurs déterminants l'emploi dans le secteur touristique

En République tchèque la participation du tourisme aux emplois oscille dans les trois dernières années vers 4,5 %⁴⁴, en France c'est 13,1 %⁴⁵. Ce que concernent le secteur du

⁴³ DE LA ROCHEFOUCAULD, B. *L'Économie du tourisme*. Rennes : Bréal, 2007. ISBN 978-2-7495-0678-4. [consulté le 2011-12-20]. page 72

⁴⁴ BÁRTA, V. *Cestovní ruch v České republice : makroekonomický pohled (Tourisme en République tchèque : une perspective macroéconomique)* [en ligne]. 2009-09-02 [consulté le 2011-12-20]. Disponible sur les sites Internet : http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/barta_20090902_cestovni_ruch.pdf

tourisme et sa division qui joue un rôle aussi très important, le poids du tourisme dans l'emploi salarié total est très fortement lié au contexte géographique, à la nature des espaces, à la saison, ou tout simplement aux destinations attractives pour les touristes, qui déterminent besoin de nombre d'employés dans le tourisme dans les régions différentes. Par contre, il ne faut pas oublier la liaison avec le type d'emploi, il s'agit surtout de travail dans les agences de voyages, dans les offices de tourisme ou dans les services de guide, etc., dont on peut estimer qu'au niveau national (en République tchèque aussi bien qu'en France), l'emploi touristique repose sur la restauration et l'hôtellerie qui représentent deux activités essentielles du secteur du tourisme. Selon les études des emplois liés au tourisme de ČSÚ⁴⁶ et du Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie⁴⁷, c'est la restauration qui prédomine dans les deux pays comparés: en 2009 (les données de l'année 2010 ne sont pas encore publiées) en République tchèque c'était à peu près 27,8 % des emplois salariés qui appartiennent dans le secteur du tourisme, en France c'était 27,5 %; ce que concerne l'hôtellerie, le nombre des emplois salariés liés au tourisme oscillait vers 18,3 % en République tchèque et 23 % en France en 2009. Pourtant, la participation de ceux deux activités pourrait être encore distinguée par rapport au type d'espace. Par exemple, en cas des espaces urbains et littoraux, c'est la restauration qui se place à la première place, par contre dans les espaces montagnards c'est surtout l'hôtellerie qui dépasse le nombre des emplois dans la restauration.

4.1.1 La division touristique par rapport aux territoires

Comme on a déjà mentionné, ladite division du tourisme peut être assez significative concernant le poids du tourisme dans l'emploi salarié, car le tourisme est caractéristique par ses oscillations saisonnières, surtout en rendant compte de la diversité des espaces (fréquentation des espaces montagnards est différent des celles des espaces urbains) ou par les régions particulières, dont avantage touristique de chaque région résulte surtout de l'histoire, l'importance des monuments particuliers qui est peut-être multipliée

⁴⁵ Le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie : *Chiffres clés du tourisme : édition 2010* [en ligne]. 2010 [consulté le 2011-12-20]. Disponible sur le site Internet :

http://professionnels.tourisme-aveyron.com/fr/documents/chiffres/Chiffres_cles.pdf

⁴⁶ ČSÚ : *Le nombre d'emplois et de salariés dans le tourisme en République tchèque selon les secteurs touristiques* [en ligne]. [consulté le 2012-01-05]. Disponible sur le site Internet :

http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

⁴⁷ Le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie : *Les métiers du tourisme* [en ligne]. [consulté le 2012-01-05]. Disponible sur le site Internet : <http://www.tourisme.gouv.fr/profession/metiers/index.php>

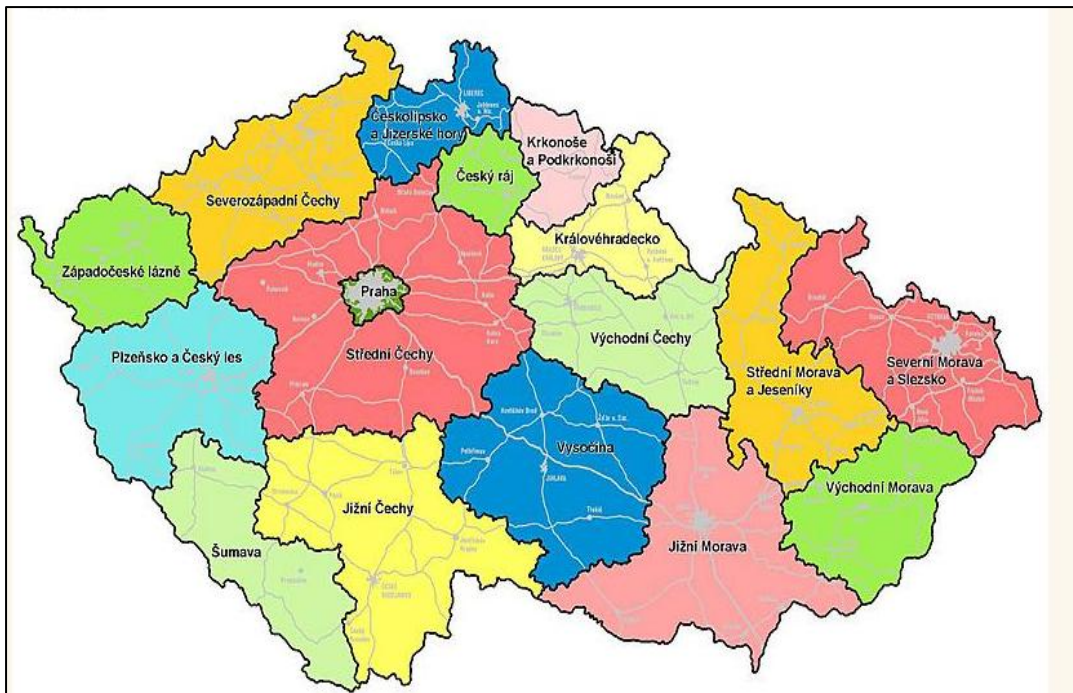
surtout par leur inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO⁴⁸ ou par leur primauté éventuelle que ce soit au niveau national, européen ou mondial, alors on peut supposer que les touristes préféreront passer leurs vacances dans les grandes villes que dans les villages, si le but de leurs voyages n'est pas le tourisme rural, ce que mène à l'autre type de diversification du tourisme et c'est l'objectif de voyage qui appuie surtout au type de qualification exigée qui influence également la structure d'emploi du tourisme, ainsi que les dispositifs pour accomplir les revendications des clients dans le secteur du tourisme ce qui peut être déterminant pour les entreprises unipersonnelles et pour les travailleurs indépendants qui exécutent une activité touristique eux-mêmes afin d'être profitable. Dans tous les pays, la division du tourisme se classe avant tout par les régions touristiques. En France sauf ce type de classification régulière, on utilise aussi la classification par rapport à l'espace naturel (les deux types de classifications des régions touristiques sont montrés sur les images suivantes).

Par ailleurs, les divisions particulières soumettent aux modifications diverses, comme par exemple en République tchèque où la centrale de CzechTourisme a publié une nouvelle carte des régions touristiques, dont nouveau potentiel s'adosse de 17 régions par rapport aux 15 régions originales et 40 territoires touristiques. La classification originale était de l'année 1999 et dans l'époque contemporaine elle ne correspondait plus aux besoins touristiques, pour cette raison on a préparé une nouvelle carte qui correspond à la Stratégie du tourisme des régions touristiques pour les années 2007 – 2013. L'accroissement de nombre des régions touristiques a été causé par les besoins de région de la Moravie de l'Est et par la division de la région de Bohême de l'Est en deux régions séparées – la région de Bohême de l'Est (territoire de Pardubice) et la région de Hradec Králové. La nouvelle classification sert principalement pour les objets statistiques pour les activités du marketing pour le soutien du tourisme et pour l'organisation des projets du Programme opérationnel intégré⁴⁹, qui est géré par le Ministère du développement régional et par la centrale touristique CzechTourisme.

⁴⁸ L'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture contribue à la création d'un dialogue entre les civilisations, les cultures et les peuples, fondé sur le respect de valeurs partagées par tous. La mission de cette organisation est de contribuer à l'édification de la paix, à l'élimination de la pauvreté, au développement durable et au dialogue interculturel par l'éducation, les sciences, la culture, la communication et l'information.

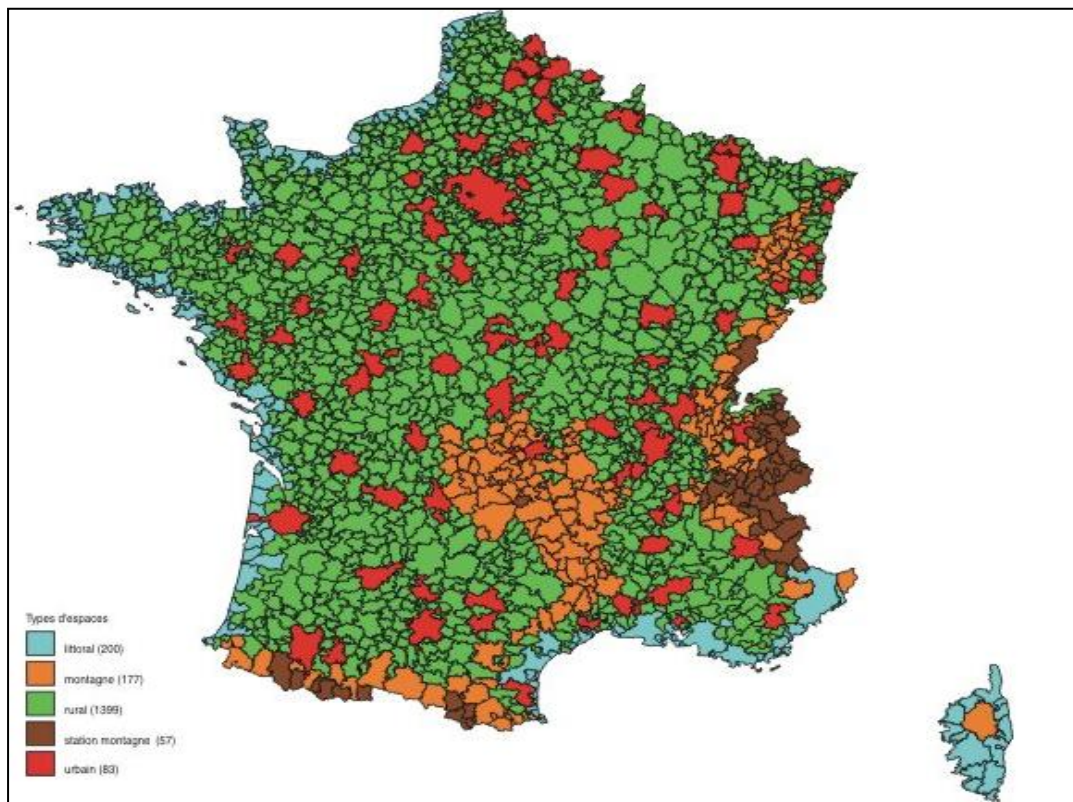
⁴⁹ Commission européenne – Politique régionale – Inforegio: Programme relevant des objectifs de convergence et compétitivité régionale et emploi et co-financé par le Fonds européen de développement régional. Le programme a été approuvé par la Commission européenne le 20 décembre 2007 pour l'ensemble de la République tchèque couvrant la période 2007 – 2013. Il est lié notamment pour la croissance et pour l'emploi et au développement d'une société de l'information et de la connaissance et à des investissements complémentaires en capital humain.

Image 1 : La division sur la base des zones touristiques en République tchèque



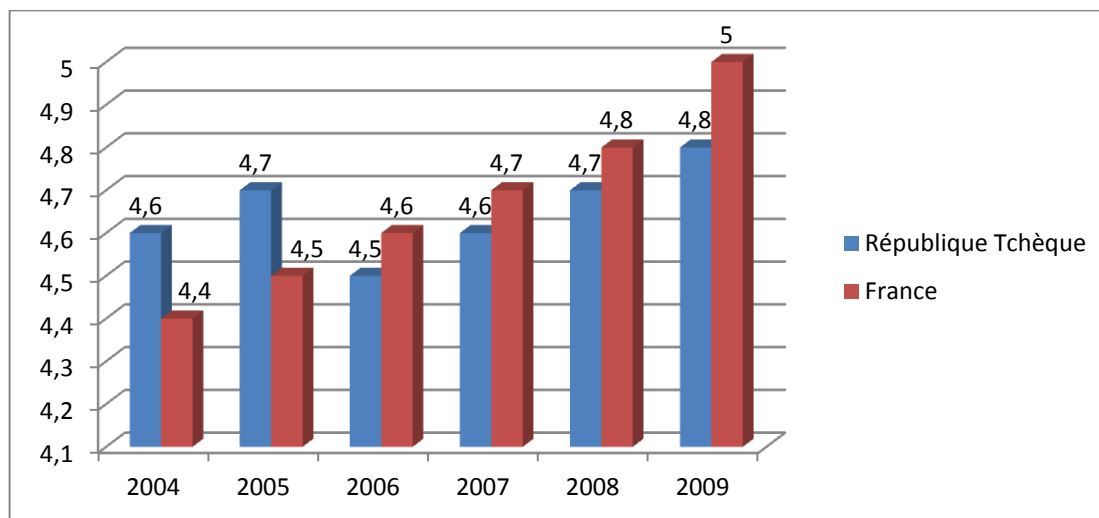
Source : CzechTourisme : *La nouvelle division des régions touristiques de la République tchèque*, en ligne, [consulté le 2012 – 01 – 02], disponible sur le site Internet : <http://www.czechtourism.cz/pro-oborniky/komunikace-s-regiony/koordinatori/>

Image 2 : Le zonage en type d'espace en France



Source : L'INSEE : *L'emploi salarié dans le tourisme : une nouvelle estimation*, en ligne, [consulté le 2012 – 01 - 02], disponible sur le site Internet : http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1099®_id=0#encadre2

Graphique 9 : La participation du tourisme à l'emploi total en République tchèque et en France dans les années 2004 à 2009



Source : Les indicateurs de taux d'emplois dans le tourisme de ČSÚ et L'Emploi salarié dans le tourisme : une nouvelle estimation de l'INSEE, en ligne, [consulté le 2012-01-02]. Disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu
http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1099®_id=0

Par nature le tourisme, en tant que secteur de service est un fort créateur d'emploi. En République tchèque le secteur du tourisme a employé à peu près 239 499 personnes en 2009, dont 51 155 personnes ont le statut de travailleur autonome (21,4 %) et 188 344 sont les salariés réguliers (78,6 %), cela présente 4,8 % de l'emploi total de l'économie nationale. En France métropolitaine 884 113 emplois salariés privés dans les activités du tourisme représentent 5 % de l'emploi salarié privé total et on présente une croissance moyenne annuelle de 27 000 emplois depuis 10 ans.⁵⁰

Les emplois touristiques occupent habituellement la plus grande partie dans les métropoles de chaque pays, alors dans le cas de la République tchèque c'est Prague et la région de Bohême Centrale, dont part de l'emploi touristique dans l'emploi total de la région crée plus de 4 %, par contre en France, sauf Paris et la région Île-de-France, les régions, qui jouissent de la plus grande popularité, sont ceux situées dans les zones littorales (Provence-Alpes-Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon et Corse), ce que favorise la France comme un pays touristique beaucoup plus que la République tchèque.

⁵⁰ Les données des statistiques nationales de ČSÚ : Nombre d'emplois et de personnes employées dans le tourisme en République tchèque par secteurs [en ligne]. [consulté le 2012-01-02]. Disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

Île-de-France rassemble 240 000 emplois touristiques, soit 5,8 % de l'emploi total de la région et 28,3 % de l'emploi touristique en France métropolitaine.⁵¹

Le problème se rapporte aux régions avec le plus grand chômage. En cas de la République tchèque ce sont les régions de Karlovy Vary, d'Ústí nad Labem, de Liberec et d'Olomouc. Les régions françaises qui subissent les taux de chômage les plus élevés sont les territoires de Picardie, de Champagne-Ardenne et du Languedoc-Roussillon. La question est : « *Comment augmenter la participation du tourisme au emploi total de l'économie nationale, ou autrement comment concourir à diminuer le chômage total du pays concerné par le tourisme?* » Le tourisme se caractérise par un relativement grand nombre de travailleurs autonomes qui sont indépendants dans leur activité économique si celle ne nuit pas aux consommateurs touristiques. Par contre, ce type d'emploi réclame certaines dispositions techniques, organisationnelles et de connaissances, ce qui compte avec les coûts financiers supplémentaires et aussi bien avec une plus grande responsabilité par rapport à l'obligation de gestion comptable et par rapport aux salariés potentiels. Par exemple, beaucoup de gens exécutent l'activité de guide comme un travailleur autonome, en République tchèque c'est un emploi libre qui n'exige aucun certificat prouvant les compétences professionnelles, sauf les services de guide dans les montagnes qui le demandent. Dans ce cas-là, les gens sont obligés de trouver la clientèle potentielle, d'organiser la publicité de leurs services, d'établir une équipe de professionnels et les autres activités qui sont nécessaires pour la fondation d'une entreprise eux-mêmes, ce qui peut donner l'impression négative et dissuader de l'intention de commencer dans un emploi autonome.

4.1.2 Qualification « (non)nécessaire » dans le secteur du tourisme

Bien évidemment, pour quelques types de professions touristiques il est nécessaire de donner une preuve de capacité professionnelle. Dans le passé beaucoup d'emplois étaient accessibles avec une qualification inférieure au bac, par contre avec l'évolution des technologies et de la communication et avec les nouvelles attentes des clients on a enregistré que la plupart des emplois touristiques exigent les niveaux de formation égaux ou supérieurs au bac.

⁵¹ Le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie : *Chiffres clés du tourisme : édition 2010* [en ligne]. 2010 [consulté le 2012-01-02]. Disponible sur le site Internet : http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/c_cles/chiffres_cles10.pdf

On a bien mentionné que le métier du guidage en République tchèque est une activité qu'on peut exécuter sans aucun certificat, sans aucun diplôme qui prouverait capacité professionnelle de guide par rapport à ses connaissances de langage, d'histoire, etc.

Ce que concerne cadre légal du tourisme et des professions touristiques, il n'y a aucune loi spécifique réservée uniquement pour le tourisme. Il s'agit de plusieurs règlements de quelques conditions d'exploitation dans le secteur du tourisme⁵² et les activités et professions touristiques sont rajustées dans les lois qui décrivent les métiers spécialisés, les emplois indépendant, etc.

Par contre, en France il existe le Code du tourisme qui régleme tous les domaines du tourisme comme par exemple les collectivités territoriales et leurs groupements, équipements et aménagements, financement de l'accès aux vacances et fiscalité du tourisme et aussi bien les activités et professions du tourisme. Ce que concerne par exemple le métier de guide en France, il y a une réforme importante des quatre professions (guide-interprète régional, guide-interprète national, guide-conférencier des villes et pays d'art et d'histoire, conférencier national) du 1ère août 2011. Cette réforme est relative aux personnes qualifiées pour la conduite des visites commentées dans les musées et monuments historiques⁵³. Cette réforme substitue les quatre professions mentionnées par une seule – le guide-conférencier. Dans le cadre de la réforme on a également simplifié les modalités et conditions d'accès aux professions mentionnées. Cette simplification a conduit à l'annulation de l'examen national de conférencier national et des examens régionaux de guide-interprète régional, de guide-conférencier des villes et pays d'art et d'histoire au profit d'une formation supérieure assurée par des universités ou des établissements d'enseignement supérieur. Une carte professionnelle unique sera délivrée aux personnes titulaires d'une certification sanctionnant une formation au moins de niveau licence.

Concernant la certification pour exécuter le métier du guidage en République tchèque, cette certification n'est pas obligatoire. Pourtant, à l'avenir, le gouvernement se préoccupera à nouveau de la présentation obligatoire d'une preuve de compétence professionnelle afin de prévenir un détriment du consommateur.

⁵² Décret n° 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu (de certaines conditions d'activité dans le tourisme)

⁵³ Décret n° 2011-930

Dans ce cas, la République tchèque, qui ne dispose d'aucun projet particulier pour le développement de l'emploi dans le secteur du tourisme, pourrait s'instruire de la France, qui a déterminé dans le cadre de deux missions transversales visant à l'amélioration de l'offre touristique sauf la mission « Qualité »⁵⁴, aussi la mission « Formation aux métiers du tourisme ». Dans le cadre de cette mission La Direction de la Formation aux métiers du tourisme et du Centre de Ressources de Atout France met en oeuvre un programme de formations à destination des professionnels et met à leur disposition plus de 250 publications et travaux. Elle a aussi développé une formation en ligne déployée à l'international, à destination des agents de voyage pour améliorer leur connaissance de la destination. Elle participe également à la définition d'une politique nationale de formation au tourisme visant à une meilleure professionnalisation du secteur.⁵⁵

4.1.3 La réglementation juridique dans le secteur du tourisme

La réglementation juridique du tourisme plus profonde permet de mieux protéger les intérêts des consommateurs, mais d'autre part elle rend plus difficile d'acquérir l'accès à la profession. Ladite absence de la loi du tourisme concrète en République tchèque est une des causes d'expansion de l'économie informelle (regroupant aussi bien le travail au noir et le produit des activités illicites). Pour éviter son expansion, il faudrait mettre en vigueur une nouvelle loi pour le tourisme. Pour cette raison il existe en République tchèque l'Intention de proposition de la loi pour le soutien et l'organisation du tourisme n° 268/10⁵⁶.

Le but de la réglementation dans le domaine du tourisme est de définir le système de gestion du tourisme qui est toujours manquant dans la législation de la République tchèque, y compris la structure organisationnelle, les pouvoirs et les responsabilités des parties impliquées dans le secteur du tourisme, soit au niveau national, régional ou soit

⁵⁴ Atout France : Agence de Développement touristique de la France : Responsabilité de l'animation du dispositif de classement des hébergements touristiques et de l'immatriculation des opérateurs de tourisme et gestion des différents labels de qualité, dans l'objectif d'améliorer la qualité des prestations proposées sur la destinations [en ligne]. [consulté le 2012-02-07]. Disponible sur le site Internet : <http://www.atout-france.fr/missions>

⁵⁵ Atout France : Agence de Développement Touristique de la France [en ligne]. [consulté le 2012-02-07]. Disponible sur le site Internet : <http://www.atout-france.fr/missions>

⁵⁶ Chambre de Commerce de la République tchèque : *L'Intention de proposition de la loi pour le soutien et l'organisation du tourisme n° 268/10* [en ligne]. [consulté le 2012-02-07]. Disponible sur le site Internet : <http://www.komora.cz/pomahame-vasemu-podnikani/pripominkovani-legislativy-2/nove-materialy-k-pripominkam-1/nove-materialy-k-pripominkam/268-10-navrh-vecneho-zameru-zakona-o-podpore-a-rizeni-cestovniho-ruchu-t-12-11-2010.aspx>

au niveau territorial, pour assurer le développement du tourisme et l'augmentation durable des revenus générés par tourisme. La formation d'une loi pour le soutien et l'organisation du tourisme et l'instauration de la réglementation dans le secteur du tourisme résulte du Concept de la politique du tourisme national pour la période 2007 – 2013 approuvé par la Résolution gouvernementale n° 1239 du 7 novembre 2007. Le but de cette mesure est de créer une structure organisationnelle du tourisme qui vise à créer une structure d'organisation fonctionnelle, définir les rôles et les responsabilités des différentes agences et de coordonner leurs activités.

Le cadre juridique pourrait faciliter une compréhension globale du tourisme et d'expliquer les termes spécifiques liés à ce secteur, ainsi que de prévenir l'exploitation de l'économie informelle.

On a enregistré que le secteur du tourisme est caractérisé par relativement grand nombre des travailleurs indépendants, surtout en République tchèque, particulièrement en comparaison avec l'économie nationale en général (25 % contre 19 %), mais par contre comme dans l'économie entière, la part des emplois indépendants dans les quatre dernières années ont légèrement diminué.

4.1.4 Les branches dominants dans le secteur du tourisme par la quantité d'emploi

L'autre caractéristique de la structure d'emplois dans le secteur du tourisme est le fait que la plus grande part des salariés est employée dans le secteur des hôtels, cafés et restaurants qui sont les activités où l'emploi progresse le plus sur le long terme. En République tchèque les gens qui travaillent dans le secteur des cafés et restaurations (plus de 40 %, en France c'est plus de 50 %), le secteur suivant avec la plus grande part de taux d'emplois est bien évidemment le secteur des hôtels et d'autres types d'hébergement (en République tchèque c'est plus de 20 % et en France plus de 30 %), le reste est occupé par les autres emplois touristiques, par exemple les emplois dans les agences de voyages ou les emplois du guidage, etc.⁵⁷ Ces emplois sont pour une grande part faiblement qualifiés dans le secteur des hôtels, cafés et restaurants, mais on enregistre une tendance à l'augmentation des qualifications des personnels dans les

⁵⁷ Les données des statistiques nationales de ČSÚ : *Le nombre de salariés dans le tourisme selon les secteurs touristiques en République tchèque* [en ligne]. [consulté le 2012-02-10]. Disponible sur le site Internet : http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

autres secteurs avec un accroissement des diplômés de l'enseignement supérieur, ce qui est causé également par la réforme dans le métier du guide en France et laquelle devra prendre sa place aussi bien en République tchèque.

Concernant les agences de voyages, la nouvelle tendance, qui s'est formée dans le secteur du tourisme et qui est bien connue comme e-tourisme⁵⁸, a causé une diminution de l'importance de ces agences et de cette façon aussi de leurs salariés. Les informations des destinations et présentations des destinations sur l'Internet ensemble avec les réservations des services en ligne sont devenus une évidence nécessaire non seulement comme un outil complémentaire des agences de voyage traditionnelles, mais également comme les unités indépendantes sans espaces physiques. Pour cela, dans les années suivantes, nous pouvons attendre une autre diminution de nombre de salariés dans les agences de voyages.

4.1.5 L'influence des emplois saisonniers

Les emplois touristiques sont aussi bien caractérisés par une forte saisonnalité, par les emplois à temps partiel ou d'emploi complémentaire à un emploi principal. Ces emplois sont souvent occupés par des étudiants qui sont habituellement embauchés pendant la saison, après par des jeunes en recherche d'emploi. Pour cela ce type d'emploi se caractérise également par un faible niveau de rémunération, qui les rendent peu attractifs auprès des jeunes et les dirigeants qui embauchent le personnel pour les travaux saisonniers ne les considèrent pas prioritaires pour assurer une formation continue de leurs salariés, alors pour la plupart des gens ce type de travail ne représente pas une perspective rentable dans le futur. Pour cette raison le tourisme présente une oscillation considérable dans le domaine de la création d'emplois pendant l'année et sur les territoires différents (surtout pendant la saison d'hiver et saison d'été).

⁵⁸ Le tourisme électronique, autrement nommé le e-tourisme désigne les activités du secteur du tourisme sur Internet. Pour les touristes, le e-tourisme offre des moyens de préparer, d'organiser et de réserver leurs voyages via Internet (il s'agit surtout de choix d'une destination, achat des billets de transport, élaboration d'un itinéraire, réservation d'hébergement, etc.).

4.2 L'importance du tourisme dans le domaine de l'emploi pour l'économie nationale

Il est bien connu que le tourisme ne pourrait jamais dépasser les secteurs d'industrie ou d'agriculture. Son importance est cependant incontestable dans le cadre du secteur tertiaire. Le tourisme et l'emploi qui est créé par le secteur touristique a quelques éléments caractéristiques comme :

- La facilité et rapidité avec lesquelles les investissements et le soutien du tourisme sont capables de créer de nouveaux emplois
- L'augmentation de taux d'emploi dépasse la croissance de l'industrie du tourisme en général
- Le tourisme crée un besoin de grand éventail d'emploi – des experts universitaires jusqu'aux mains d'oeuvre non qualifiés
- Le tourisme fournit de nombreux emplois pour les jeunes et les femmes
- Le travail saisonnier et le travail à temps partiel permettent un emploi flexible, par exemple pour les femmes et pour les étudiants
- Le tourisme crée des emplois habituellement dans les régions qui souffrent par le chômage structurel et dans les zones rurales qui ne sont pas industriellement chargées
- Par l'appui du tourisme et de son infrastructure il est possible et efficace de stimuler l'emplois dans certaines régions
- L'emploi dans le tourisme est créé surtout par les petites et moyennes entreprises - qui sont bien évidemment principales pour la fonction de l'économie de marché – et dont soutien de la part de l'état doit être principal afin d'accélérer le développement de l'économie nationale
- Le tourisme est généralement caractérisé par sa relativement grande part de main d'oeuvre créant des revenus d'exportation (revenu du tourisme étranger)

Le tourisme devient une option importante et en même temps un outil pour la revitalisation des régions économiquement faibles ou celles qui ont été affectées à la suite de la restructuration initiale de la structure industrielle. Il s'agit avant tout de la création de nouveaux emplois, mais aussi de la création des ressources financières supplémentaires pour le développement de ces territoires.

Considérant les aspects mentionnés, le tourisme est important économiquement, ainsi que sociologiquement, car les emplois dans le secteur du tourisme représentent également un facteur d'intégration pour des populations particulières comme les femmes et les jeunes. Il peut être soutenu par le développement du tourisme, pour lequel il est sans aucun doute nécessaire le soutien de l'état, le tourisme a l'impact positif non seulement à la croissance économique en général, mais aussi à l'amélioration du niveau de la vie de la population.

4.3 Réforme contemporaine dans la détermination de la TVA et son influence sur la conservation de taux d'emplois

De l'aspect économique, un rôle relativement important présente la TVA, ou dans le cas de certains services touristiques on parle de la TVA réduite (en République tchèque 14 %, en France 7 %) qui est déterminée pour la restauration et hébergement et d'autres services visant, en particulier, à faire bénéficier les salariés d'une amélioration des salaires et à favoriser la création d'emplois par une amélioration de la situation financière des entreprises du secteur.

En République tchèque les secteurs de restauration et hôtellerie expérimentent comme les autres secteurs une chute notable de leurs revenus. Selon l'étude publiée par l'Association des Hôtels et des Restaurants et l'Institut d'Études Économiques de l'Université Charles à Prague⁵⁹, trois quarts des restaurants ont enregistré une baisse en moyenne de 23 %. Pour cette raison les propriétaires planifient de licencier presque un quart de leurs salariés, ce que présente presque 15 000 salariés. À ce moment vient l'idée de la TVA réduite qui pourrait sauver plus de 9 000 postes⁶⁰. En République tchèque la TVA réduite est déjà établie, par contre dans quelques dernières années elle a été augmentée de 5 % jusqu'à 14 % et en 2013 on attend une hausse de la TVA jusqu'à 17,5 % dans le cadre de l'harmonisation de TVA dans l'UE. Dans ce cas il serait mieux de conserver la TVA réduite contemporaine pour maintenir taux d'emploi dans le secteur de restauration et hôtellerie et éviter de se retirer vers l'économie informelle. Par

⁵⁹ Étude de l'Association des Hôtels et des Restaurants et l'Institut d'Études Économiques de l'Université Charles à Prague : *Analýza dopadu snížení sazeb DPH v pohostinství (Analyse de l'impact de la TVA réduite dans l'hôtellerie)* [en ligne]. [consulté le 2012-02-16]. Disponible sur le site Internet : <https://www.ahrcr.cz/cz/tiskove-zpravy/nizsi-sazba-dph-pro-restaurace-pomuze-zachranit-9-100-pracovnich-mist>

⁶⁰ *Restauratéri : Nižší DPH může zachránit 9100 pracovních míst (Restaurateurs : L'abaissement de la TVA peut sauver 9 100 de postes de travail)*. Penize.cz [en ligne]. 2009-04-01. [consulté le 2012-02-16]. Disponible sur le site Internet : <http://www.penize.cz/duchody-a-davky/51343-restaurateri-nizsi-dph-muze-zachranit-9100-pracovnich-mist>

contre, cela dépend seulement de la représentation politique qui se doit également orienter vers les instructions de l'UE et qui décide aussi afin de prendre des pas à sortir de la crise qui présente un obstacle invisible pour faire des mesures économiques.

5. Le tourisme et la balance des paiements

Le principe de la balance des paiements est beaucoup plus large qu'on décrira dans ce chapitre, par contre le sujet de ce chapitre est surtout l'influence du tourisme sur l'économie nationale et pour cela on s'orientera vers la balance des paiements du tourisme uniquement, ou plutôt de la balance des paiements des services en général qui fait avec l'importation et l'exportation des biens la balance des paiements totale et laquelle sert à l'évaluation d'équilibre économique extérieur de l'état.

La structure territoriale de la balance des paiements et le compte des transactions courantes est présentée sur le principe national, c'est-à-dire sur la base de la répartition géographique des importations de marchandise selon pays d'origine. Présentation des services est également en conformité avec des publications mentionnées au-dessus, alors les exportations et importations des services sont divisés en services de transport, tourisme, etc. Les achats des produits réalisés par le voyageur en étranger afin de les vendre dans le pays de son origine ou éventuellement dans un autre pays sont exclus de la balance des paiements.

De cette façon, le tourisme étranger peut aussi considérablement influencer la balance des paiements de l'état à la fois positivement et négativement. La division fondamentale (traditionnelle) du tourisme est identique avec la division en termes d'impact sur la balance des paiements de l'état. Le tourisme étranger peut être actif (réceptif) et produire le même effet comme l'exportation des biens, on parle de l'exportation invisible, dont les produits et services ne dépassent pas les frontières de l'état, par contre les consommateurs (participants du tourisme) viennent sur le territoire d'un pays où ils consomment les produits et services liés au tourisme. Le tourisme passif (émetteur) qui est identique avec l'importation des produits et qui est également connu comme l'importation invisible. En fait, il n'y a aucune importation qui se produise, mais c'est seulement consommation des produits et services des touristes en étranger.

Concernant les mesures de tourisme et sa part dans la balance des paiements au niveau international, le secteur touristique dans le compte courant de la balance des services est construit sur la base de la méthode du Fond Monétaire International (FMI) et il est composé de deux parties :

- Les séjours professionnels (travailleurs saisonniers et transfrontaliers)
- Les séjours privés (séjours curatifs, éducatifs, etc.)

Le concept de tourisme par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) est différent de celui du FMI, car sa détermination statistique de tourisme ne comporte pas les séjours professionnels.

Par contre, nous ne pouvons pas constater que la balance des paiements active représente une destination de haute qualité. Il y a beaucoup d'états développés qui ont nombreuses attractions et sont très fréquentés, cependant les dépenses de la population pour les voyages à l'étranger dépassent les revenus du tourisme (par exemple Japon).

Les éléments les plus fondamentaux du tourisme pour la balance des paiements sont les indicateurs financiers du tourisme étranger (revenus de devises et dépenses de devises) qui sont observés par la Banque Centrale. Ce sont les indicateurs partiels qui couvrent seulement certains aspects de l'économie influencée par le tourisme et ce sont les revenus et dépenses du tourisme étranger. Ils sont les éléments spécifiques de la balance des paiements de l'état dans le secteur des services. Dans la réglementation contemporaine il faut comprendre le tourisme dans le concept plus large comme un mouvement international des personnes.

Le secteur important pour le développement de tourisme, dont il faut formuler dans la balance des paiements, est le transport. Bien que le transport international soit observé dans la balance des paiements séparément du tourisme, malgré cela, dans quelques calculs une part de transport de passagers sont comptés dans le tourisme pour la perspective plus complexe. Selon la méthode du FMI, le trafic international est composé de quatre composantes qui sont :

- Services de transport de passagers
- Services de transport de marchandises
- Location de matériel de transport, y compris l'équipage (location et leasing opérationnel)
- Services complémentaires et subsidiaires (stockage, emballage, service de navigation, etc.)

5.1 La balance des paiements du tourisme de la République tchèque

La République tchèque est classée parmi les pays avec la balance des paiements active du tourisme étranger. Le tableau suivant présente la tendance croissant dans la balance des paiements à long terme non seulement dans le secteur du tourisme, mais aussi dans le transport et dans les autres services.

Tableau 3 : La balance des paiements de la République tchèque dans les années 2004 – 2009
(en milliards CZK)

La balance des paiements						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Balance des services	16 564,40	36 937,10	45 088,40	49 707,10	65 858,70	26 986,30
Revenus	247 084,80	282 411,40	314 032,30	341 534,30	370 308,50	385 296,40
Transport	69 859,00	76 701,50	85 700,70	101 840,50	105 987,30	103 359,40
Tourisme	107 231,80	112 234,40	124 744,20	129 009,30	122 032,30	122 469,90
Autres services	69 994,00	93 475,50	103 587,40	110 684,50	142 288,90	159 467,10
Dépenses	230 520,40	245 474,30	268 943,90	291 827,20	304 449,80	358 310,10
Transport	47 571,40	56 254,10	62 140,70	73 128,40	75 663,10	75 961,60
Tourisme	58 398,00	57 777,60	62 174,30	73 486,30	77 487,10	77 160,10
Autres services	124 551,00	131 442,60	144 628,90	145 212,50	151 299,60	205 188,40

Source : *Le Rapport du développement de la balance des paiements de la République tchèque* du 2010-03-11, La Banque Nationale de la République tchèque, en ligne, [consulté le 2012-02-20], disponible sur le site Internet :

http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/statistika/platebni_balance_stat/publikace_pb/zpravy_vyvoj_pb/2010/pb_2010.pdf

En 2009 la balance des paiements a terminé avec un solde actif pendant la hausse des dépenses que revenus qui ont été considérablement plus rapides, par contre en comparaison avec l'année précédente le surplus des services a diminué de 38,8 mld. CZK. On a enregistré quelques facteurs négatifs qui se sont projetés dans le résultat final du solde de la balance des paiements des services. C'est la diminution du revenu net des services dans le domaine du transport international des produits et personnes (surtout de transport aérien) et particulièrement échec de déficit des autres services commerciaux et non commerciaux.⁶¹

C'est la balance des paiements comportant tous les services et leurs revenus et dépenses; ce que concerne le secteur du tourisme est décrit dans le tableau suivant.

⁶¹ La Banque Nationale de la République tchèque (ČNB) : *La Balance des paiements 2009* [en ligne]. [consulté le 2012-02-20]. Disponible sur le site Internet : http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/statistika/platebni_balance_stat/publikace_pb/zpravy_vyvoj_pb/2009/pb_2009.pdf

Tableau 4 : La balance des paiements de la République tchèque 2008 – 2009
(en milliards CZK, EUR et USD)

La balance des paiements du tourisme				
		2008	2009	index 2009/2008
CZK	Revenus	122 032,30	122 469,90	100,4
	Dépenses	77 487,10	77 160,10	99,6
	Solde	44 545,20	45 309,80	101,7
EUR	Revenus	4 895,50	4 639,30	94,8
	Dépenses	3 112,70	2 923,40	93,9
	Solde	1 782,80	1 715,90	96,2
USD	Revenus	7 207,30	6 478,40	89,9
	Dépenses	4 587,10	4 078,10	88,9
	Solde	2 620,20	2 400,30	91,6

Source : *Le Rapport du développement de la balance des paiements de la République tchèque* du 2010-03-11, La Banque Nationale de la République tchèque, en ligne, [consulté le 2012-02-20], disponible sur le site Internet :

http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/statistika/platebni_balance_stat/publikace_pb/zp_ravy_vyvoj_pb/2010/pb_2010.pdf

Jusqu'à l'année 2009 la balance des paiements de la République tchèque présente une tendance croissante des revenus et des dépenses et aussi bien du solde du tourisme étranger, ce que prouvent les deux tableaux précédents.

En 2009 les revenus du tourisme étranger ont excédé la valeur de 122,4 milliards CZK, les dépenses 77,1 milliards CZK.⁶² Pendant cette année le tourisme n'a pas influencé l'évolution du solde de la balance des paiements de façon significative, même malgré un léger accroissement des revenus des visiteurs étrangers, car en même temps cet accroissement a été accompagné par la diminution des dépenses pour les voyages en étrangers des citoyens tchèques. Ce que concerne des revenus de devise du tourisme étranger, ils ont augmenté de 0,4 % comme on peut voir sur l'index 2009/2008 dans le tableau précédent. La crise économique influencé non seulement le nombre des touristes étrangers, mais aussi envergure et structure des services consommés, surtout ceux d'hébergement. Les touristes étrangers qui viennent en République tchèque évitent de plus en plus les hébergements collectifs et préfèrent d'être hébergés dans les hébergements privés⁶³ ou chez leurs membres de famille. De l'autre côté, la République

⁶² BOHATOVÁ, M. *Devizové příjmy z cestovního ruchu rostou (Les revenus de devise du tourisme augmentent)*. IHNED.cz [en ligne]. 2009-12-19 [consulté le 2012-02-20]. Disponible sur le site Internet : <http://life.ihned.cz/cestovani/c1-22642700-devizove-prijmy-z-cestovniho-ruchu-rostou>

⁶³ De plus en plus, il y a une augmentation significative de la popularité du site de Couchsurfing.org. Il s'agit d'un réseau social de plus d'un million de personnes qui offrent l'hospitalité les unes les autres pour une nuit ou plus. Ce site permet de se loger gratuitement dans le monde entier et, surtout, offre la possibilité de rencontrer les habitants des pays visités, de partager pour quelques jours leur quotidien et de bénéficier de leurs conseils. Il suffit de trouver le pays et la ville, dont vous désirez de visiter et le site de couchsurfing vous propose les offres d'hébergement des résidents

tchèque a également perdu sur son attrait comme une destination touristique pendant l'année 2009, ce qui a causé moins d'intérêt de la part des touristes étrangers sur les marchés internationaux.

Les dépenses du tourisme étranger se sont maintenues à peu près au même niveau en 2009. Ce développement reflète l'optimisme consommateur des touristes tchèques et une réaction positive des marchés sur la politique des prix attractifs des agences de voyage. Par contre, par rapport aux analyses préalables de la Banque centrale de la République tchèque pour l'année 2010 on peut compter sur la diminution des dépenses de 3-6 %. Les agences de voyage ne sont plus capables de baisser des prix et pour cela elles ne peuvent pas autant stimuler la demande.⁶⁴

5.2 La balance des paiements du tourisme de la France

La position géographique centrale de la France propose une large palette d'espaces touristiques complémentaires et une offre riche et variée des infrastructures touristiques (hébergement, transports, gastronomie régionale, prestations diverses, qualité des services, etc.) en toutes saisons, ce qui fait de la France la première destination mondiale au niveau de la fréquentation. Celle-ci génère des dépenses touristiques considérables en contribuant pour 60 % au solde excédentaire de la Balance des paiements, faisant du tourisme le secteur le plus « juteux » dans les échanges avec le reste du monde, avant l'industrie et l'agriculture. Tout seul, le solde du poste « voyages » éponge les trois quarts de la facture énergétique.⁶⁵

Dans un contexte de reprise des échanges de biens et de services provisoire présenté par la Banque de France, le solde des transactions courantes de la France affiche un déficit de 40,0 milliards d'euros en 2010, après 35,8 milliards en 2009. Le déficit des échanges

de ce pays ou de cette ville et leurs exigences particulières. Après il faut les contacter et s'entend sur votre date d'arrivée, etc. Tout cela gratuitement.

⁶⁴ La Banque Nationale de la République tchèque (ČNB) : *La Balance des paiements 2009* [en ligne]. [consulté le 2012-02-27]. Disponible sur le site Internet :

http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/statistika/platebni_balance_stat/publikace_pb/zpravy_vyvoj_pb/2009/pb_2009.pdf

⁶⁵ Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie : *Modélisation du poste voyages de la balance des paiements*. Veille info tourisme [en ligne]. [consulté le 2012-02-27]. Disponible sur le site Internet : http://www.veilleinfotourisme.fr/1102349792501/0/fiche__article/&RH=PAR

de biens de 10,2 milliards sur l'année est en partie compensée par l'amélioration du solde des revenus de 6,2 milliards, qui retrouve le niveau de 2008.⁶⁶

Ce que concerne le secteur du tourisme, c'est une activité qui contribue le plus au solde positif de la balance des paiements et comme dans le cas de la République tchèque, aussi en France on a enregistré un léger allongement des voyages, par contre les touristes étrangers ont sensiblement réduit leurs dépenses journalières (-1,1 %), ce qui s'est manifesté également sur les services d'hébergement. Leur dépense totale sur le territoire national a donc légèrement reculé (-0,6 %), passant de 35,6 en 2009 à 35,4 milliards d'euros en 2010⁶⁷. Par contre, le solde de la ligne voyages reste largement positif, ce qu'on peut observer sur le tableau au-dessous.

Tableau 5 : La balance des paiements de la France dans les années 2004 – 2009 et évolution des revenus et dépenses de la balance des paiements du tourisme dans les années 2008 – 2009 (en %)
(en milliards EUR)

La balance des paiements du tourisme							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Évolution 2009/2008 (en %)
Revenus	36,4	35,4	36,9	39,6	38,5	35,4	-7,9
Dépenses	24,2	25,6	26	27,9	28,1	27,6	-1,9
Solde	12,2	9,8	10,9	11,7	10,3	7,8	-24,2

Source : *Mémento du tourisme 2010 : Le tourisme international en France*, La Banque de France, en ligne, [consulté le 2012-02-28], disponible sur le site Internet : http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2010/memento2010-6-2ab.pdf

Comme dans tous les cas précédents, la crise économique qui a éclaté dans les années 2008 et 2009 et la récession économique contemporaine dans laquelle s'est enlisée la plupart des pays européens se sont signées dans tous les secteurs, alors aussi dans le secteur du tourisme, même si son impact ne semblerait pas tellement considérable comme dans les autres secteurs commerciaux et industriels, mais c'est au contraire, car dans quelques cas le secteur du tourisme excède quelques industries importantes par sa part sur la balance des paiements.

⁶⁶ Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie : *La balance des paiements de la France : Le solde des transactions courantes de la France affiche un déficit de 40 milliards d'euros en 2010 après 36, 8 milliards en 2009*. Veille info tourisme [en ligne]. [consulté le 2012-02-27]. Disponible sur le site Internet : http://www.veilleinfotourisme.fr/1297434213761/0/fiche_PIDF_article/&RH=TOU

⁶⁷ Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie : *Le tourisme international en France - Les touristes étrangers accueillis en France*. Veille info tourisme [en ligne]. [consulté le 2012-01-26]. Disponible sur le site Internet : http://www.veilleinfotourisme.fr/37806489/0/fiche___pagelibre/

Avec un excédent de 7,8 milliards d'euros en 2009, le solde extérieur du tourisme est supérieur à celui de l'automobile (-5,3 milliards d'euros) ou de l'industrie agroalimentaire (4,2 milliards d'euros, deuxième secteur contributeur en 2009), ce que nous donne une autre preuve que le tourisme est un élément incontestable pour la reprise économique.⁶⁸

5.3 Le rôle de la monnaie sur la balance des paiements du tourisme

L'institution d'une unité monétaire unique, l'euro, dans 17 pays de l'Union Européenne, facilite sans aucun doute les transactions financières des touristes, alors on peut constater que grâce à l'absence de risque de fluctuations monétaires parmi les pays de l'eurozone, il y a moins de préoccupation des touristes pour l'augmentation des coûts de voyages dans les pays qui ont accepté l'euro comme la monnaie nationale. Par contre, la seule monnaie unique dans 17 pays membres de l'Union européenne a fait disparaître systématiquement l'origine nationale de ces agents et à défaut d'échanges de ces informations entre les banques centrales des pays de cette zone, l'évaluation du tourisme international se trouve partiellement délicate. Néanmoins, commerce mutuel a gagné par la diminution des coûts transactionnels liés à la conversion des monnaies, ce qui est aussi profit pour les citoyens comme les participants du tourisme. Par contre, les autres pays, dont leur monnaie ne se classe pas parmi les monnaies principales d'euros, dollars, yuan etc. (comme celle de la République tchèque), doivent observer profondément évolution de leurs monnaies nationales et si ces pays souffrent du déficit chronique de la balance des paiements, ils doivent assurer toutes les mesures pour réduire ce déficit, pour cela ils s'orientent souvent vers une politique commerciale qui doit aboutir à l'accroissement des exportations, à la diminution des importations et à encourager l'entrée des capitaux et à décourager la fuite de capitaux (par exemple par les subventions d'exportation aux producteurs, encouragement des investisseurs étrangers en créant un climat favorable aux investissements directes d'étranger, etc.). Ce que pourrait être utile pour encouragement du tourisme étranger est la dévaluation de la monnaie nationale.

⁶⁸ Communication de André Ferrand, rapporteur spécial et Michel Bécot, président du groupe d'études du tourisme et des loisirs, sur l'action de l'agence de développement touristique Atout France et la promotion de la « destination France » à l'étranger : *Le tourisme, un atout formidable pour la France* [en ligne]. 2011-06-29 [consulté le 2012-02-28]. Disponible sur le site Internet : <http://www.senat.fr/rap/r10-684/r10-68443.html>

Cependant, dans l'époque contemporaine la crise économique a causé un affaiblissement de la monnaie de l'euro; pour quelqu'un ce taux de change de la monnaie commune est une bonne nouvelle. Tout d'abord, il faut s'assurer que l'effet positif, dont la dévaluation de l'euro a sur le commerce international, n'est pas équilibré par l'effet négatif sur les revenus réels, tout cela en considérant le fait que la dévaluation de taux de change et son impact sur les revenus réels dans l'économie n'est pas connue d'avance. D'ailleurs, la dévaluation peut avoir l'influence positive de longue durée si cela va mener au développement de l'industrie.

En concernant le développement de l'état et sa balance des paiements, l'économie locale est la mieux dans le cas que les prix d'exportation ne réagissent pas sur la dévaluation, par contre les prix d'importation réagissent, mais ils ne sont pas tellement importants pour l'économie nationale comme ceux de l'exportation ou ils sont importants, mais ils réagissent sur la dévaluation dans une mesure limitée.

Sur ce fait, nous voyons que les mouvements du taux de change sont déterminés également par l'évolution de la balance des paiements, essentiellement la balance de base (l'ensemble des opérations à longue durée de la balance des paiements qui regroupe la balance des transactions courantes, les mouvements des capitaux et privés à long terme) et plus précisément de la structure du déficit d'un pays.

5.3.1 La dévaluation de la monnaie – problème ou avantage?

La dévaluation d'une monnaie ou autrement sa dépréciation consiste à modifier (à la baisse) la parité officielle d'une monnaie par rapport à une autre monnaie de référence. Elle a pour conséquence d'augmenter le nombre d'unités de la monnaie nationale nécessaires pour obtenir une unité de monnaie étrangère. Le taux de change dépend du solde des transactions courantes. Si le solde de la balance des transactions courantes est excédentaire, le taux de change s'apprécie. Au contraire, si le taux de change est déficitaire, cela veut dire que le pays achète plus qu'il vend et offre beaucoup de sa monnaie, ce que cause l'abaissement de prix de la monnaie nationale.

Quelques analyses proposent la dévaluation de la monnaie par la banque centrale qui gère les réserves des devises, comme par exemple dans le cas de Franc suisse (CHF), dont la banque centrale a déprécié elle-même pour stimuler l'exportation. En cas de tourisme nous pouvons estimer que la dévaluation de la monnaie pourrait contribuer à

l'augmentation des revenus du tourisme étranger. La dévaluation de la monnaie pourrait amener plus de touristes pour venir en République tchèque afin de diminuer les coûts de la convergence et pour cela aussi baisser les coûts de voyages au total, car ce n'est pas seulement la monnaie qui est plus faible que celle de l'euro, mais aussi pour le niveau des prix qui sont pour certains types de produits beaucoup plus bas que dans les autres pays, surtout ceux de l'Europe Occidentale et qui se trouvent dans l'eurozone. Alors, la raison de la dévaluation est claire – effort d'augmenter la compétitivité d'exportation d'un pays afin que les produits soient moins chers pour les consommateurs étrangers à la suite de taux de change plus bas.

Néanmoins, il ne faut pas oublier le fait que la raison de la dévaluation de la monnaie pour augmenter le flux financier généré par le secteur du tourisme à la balance des paiements n'est pas assez significative et il devrait être accompagné par les autres facteurs prouvant la nécessité de la dévaluation de la monnaie nationale comme par exemple le solde négatif de la balance des paiements, chute d'exportations, etc.; et cela n'est pas ni le cas de la République tchèque, ni le cas de la France, ou au moins ce que concerne le secteur du tourisme. Cependant, cette façon d'agir peut avoir certaines conséquences au fonctionnement de l'économie nationale et sa restauration. D'ailleurs, la dévaluation de la monnaie signifie un affaiblissement du pouvoir d'achat de la population tchèque en étranger, ce qui pourrait influencer le résultat de la balance des paiements et de l'aspect sociologique aussi la perception des touristes tchèques en étranger.

De l'autre côté, la forte monnaie nationale aide aux importateurs et consommateurs et augmente leurs revenus, car la dévaluation augmente les prix d'importation et diminue la demande locale. Tout d'abord, il faut augmenter les investissements étrangers et l'activité du secteur du tourisme. S'il y a un développement du tourisme ou une entrée nette des capitaux, la balance des paiements devient excédentaire. Par conséquent, la demande de la monnaie domestique ou autrement l'offre de devises va aussi croître et cela va au contraire mener à l'appréciation de la monnaie domestique. Il est donc évident qu'il n'y a aucun besoin pour dévaluer la monnaie nationale, surtout pour l'accélération du développement du tourisme.

En cas de la République tchèque il n'y a aucun besoin de dévaluer le taux de change de la monnaie nationale par les mesures gouvernementales, car on peut encore profiter de

la fourchette des prix⁶⁹ entre la République tchèque et les autres pays de l'UE, surtout ceux de l'Europe Occidentale. Le niveau des prix en République tchèque sont dans quelques cas beaucoup plus bas que dans les autres pays membres de l'UE (les produits alimentaires, industriels, etc.). Le niveau des prix comparatifs - avec une référence aux coûts de consommation des ménages et en tenant compte la parité de pouvoir d'achat⁷⁰ et taux de change – est en République tchèque sur le niveau de 69 % de niveau de prix moyen en comparaison avec les autres membres de l'UE (en France c'est 112 % en de niveau de prix moyen en 2010 par rapport aux statistiques préalables), ce qui donne à la République tchèque un avantage concurrentiel en comparaison avec la France et les autres pays membres de l'UE, ce que nous donne preuve que pareillement comme le niveaux des importations et des exportations dépendent principalement des prix, aussi bien le niveau du tourisme se rapporte aux prix des biens et services touristiques.⁷¹

Cela nous dirige vers la conclusion que le secteur du tourisme est influencé aussi par le taux de change et par le niveau de prix, par contre il est peu capable d'influencer ces facteurs à l'avantage de lui-même. C'est principalement la tâche des mesures gouvernementales pour établir une stratégie convenable pour développer le tourisme et en même temps la restauration de l'économie nationale en contribuant à l'augmentation de ses facteurs principaux qu'on a décrit – le PIB, l'emploi et la balance des paiements.

5.4 Les stratégies touristiques contribuant au résultat positif de la balance des paiements

Le tourisme est un secteur très important dans l'économie nationale. Le tourisme actif représente les arrivées des touristes dans un pays, y compris consommation des biens et des services attachés aux séjours des touristes, ce que signifie afflux des devises et l'effet positif à la balance des paiements. Au contraire, le tourisme passif entoure sorties

⁶⁹ Ecart de prix entre le plus haut demandé et le plus bas offert. La fourchette est constituée par ces deux bornes: meilleure offre et meilleure demande. Un ordre au prix du marché est effectué sur ces bornes.

⁷⁰ Définition par l'INSEE : La parité de pouvoir d'achat est un taux de conversion monétaire qui permet d'exprimer dans une unité les pouvoirs d'achat des différentes monnaies. Ce taux exprime le rapport entre la quantité d'unités monétaires nécessaire dans des pays différents pour se procurer le même « panier » de biens et de services. Ce taux de conversion peut être différent du « taux de change »; en effet, le taux de change d'une monnaie par rapport à une autre reflète leurs valeurs réciproques sur les marchés financiers internationaux et non leurs valeurs intrinsèques pour un consommateur.

⁷¹ Ministère de l'Industrie et du Commerce de la République tchèque : *Analýza konkurenceschopnosti České republiky (Analyse de la compétitivité de la République tchèque)* [en ligne]. [consulté le 2012-03-01]. Disponible sur le site Internet : http://www.businessinfo.cz/files/dokumenty/mpo_analyzakonkurenceschopnosti_cr.pdf

des habitants d'un pays à étranger attaché à la fuite des devises utilisées pour achat des produits et des services touristiques et l'effet négatif à la balance des paiements.

La balance des paiements du tourisme étranger de la République tchèque est positive de longue durée. Par rapport à la prévision de l'Organisation mondiale du tourisme (élaborée en 1995)⁷², il est estimé une augmentation de nombre des touristes dans le secteur du tourisme mondial en 2020 sur 1,56 mld. personnes. La prévision élaborée par l'agence Czech Tourism enregistre que la République tchèque devrait devenir d'ici jusqu'à l'année 2020 l'un des destinations touristiques mondiales les plus importantes avec nombre d'arrivées de 44 millions de touristes par an (recalculé selon les méthodes statistiques contemporaines le nombre de touristes étrangers correspond à peu près aux 15 millions de touristes).⁷³

La stratégie du développement du tourisme est basée sur la philosophie du développement durable de la société. Avec l'abaissement de l'importance de la ligne des frontières étrangères on peut attendre plus de développement indépendant des destinations touristiques particulières.

Par rapport à l'effet du tourisme sur la balance des paiements de l'économie nationale, il faudra s'orienter surtout vers l'accroissement de nombre des touristes étrangers arrivants dans le pays donné et en même temps les encourager pour augmenter leurs dépenses pour les produits et services touristiques, car dans quelques cas l'augmentation de nombre des touristes étrangers ne signifie pas que cela produira toujours plus grande consommation des biens et des services touristiques. Pour accomplir ce but, il faut surtout faciliter le tourisme ou autrement dit, il faut rendre tourisme accessible pour tous par les divers programmes pour développement du tourisme.

Dans tous les pays de l'UE il existe au moins un programme pour le développement durable du tourisme. Ce sont surtout les programmes qui sont élaborés par l'état, lui-même ou qui font suite aux programmes de l'UE. Ceux programmes sont financés tout d'abord des budgets nationaux et de certaine part également des budgets de l'UE. Le

⁷² RUIZ, G., WARNET, C. Le poids économique et social du tourisme. Paris : Conseil national du tourisme, 2010. page 25

⁷³ *Cestovní ruch v regionech České republiky (Le tourisme dans les régions de la République Tchèque)*. CzechTourisme. [en ligne]. [consulté le 2012-03-01]. Ostrava : Entreprise plc, s. r. o. page 2. Disponible sur le site Internet : http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf

principe important de la politique du tourisme contemporaine de l'UE consiste de l'accessibilité du tourisme pour tous les groupes sociaux et autrement rendre facile à voyager pour tous. Dans ce cas, tous les pays membres de l'UE ont accepté cette politique. En cas de la République tchèque, il existe aussi Le programme National du Soutien du Tourisme qui a été élaboré pour les années 2010 – 2013⁷⁴ et qui est devenu un des moyens d'implémentations de La Conception de la politique nationale du tourisme de la République tchèque pour les années 2007 – 2013 qui a été ratifiée par la décision du gouvernement N° 1239 du 7 novembre 2007⁷⁵. Comme il a été mentionné, aussi dans le cas de la République tchèque, le but de son programme est créer un moyen pour développer le tourisme qui sera accessible pour tous. Le sous-programme pour développement du tourisme en 2012 se concentre sur trois domaines qui sont :

- La (re)construction d'aires de repos, centres de services pour les touristes et les installations sanitaires pour les piétons, les cyclistes et les touristes handicapés le long des zones piétonnes, des sentiers naturels et éducatifs, des pistes cyclables, etc. afin d'augmenter la fréquentation touristique, y compris la commercialisation des produits touristiques.
- Rendre accessible les attractions touristiques locales en élaborant les projets concernant les moyens de transport qui doivent être orientés vers la protection de l'environnement naturel et soutien écologique du tourisme (le développement des transports respectueux de l'environnement près des attractions touristiques.
- Mettre en place ou améliorer des systèmes de navigation et d'information pour les handicapés auditifs et pour les participants ayant une déficience visuelle et pour les autres visiteurs des attractions touristiques.

En France, on a également accepté dans le cadre de la Loi de développement et de modernisation des services touristiques français⁷⁶ des missions transversales pour accompagner le développement du secteur du tourisme à toutes les étapes de la chaîne de production touristique. Par contre, la direction du développement touristique en

⁷⁴ Le Programme National du Soutien du Tourisme comporte trois autres sous-programmes :

- Sous-programme Tourisme pour tous 2010
- Sous-programme Voyage accessible pour tous 2011
- Sous-programme Voyage accessible pour tous 2012

⁷⁵ Résolution du Gouvernement de la République tchèque : *O koncepci státní politiky cestovního ruchu v České republice na období let 2007 až 2013 (Concept de la politique nationale sur le tourisme en République tchèque pour la période 2007 à 2013)* [en ligne]. [consulté le 2012-03-02]. Disponible sur le site Internet : <http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=69c3b976-8a7a-42dd-aec0-ad9bdb9d11ad>

⁷⁶ Loi du 22 Juillet 2009

France est concentré surtout à l'accroissement de la compétitivité des entreprises et l'attraction des destinations françaises et internationales et aux opérations de marketing et de promotion touristique en France comme à l'international. Dans cette mission on ne se préoccupe pas trop par la problématique de l'accessibilité du tourisme pour tous les participants touristiques possibles comme en République tchèque qui s'efforce avant tout de rendre possible à voyager également pour les gens handicapés qui forment une partie significative des touristes potentiels. En France on a créé trois axes stratégiques en développant les cibles à fort potentiel⁷⁷:

- Les seniors des marchés matures y compris en France
- Les classes moyennes des pays émergents : devenir la porte d'entrée en Europe pour les nouvelles classes moyennes des pays émergents
- Les jeunes des marchés matures y compris en France : conquérir une cible porteuse d'avenir et influente pour véhiculer une image positive de la destination

Bien évidemment, parmi les cibles mentionnées, on a omis les gens handicapés, qui forment un groupe assez spécifique et pour lesquels il faut créer les conditions qui eux rendent plus facile à voyager, car le droit de voyager appartient à tous (ou au moins selon la stratégie touristique de l'UE), et donc aussi aux gens qui souffrent d'un handicap. Et non seulement dans le cas de la France, mais aussi dans le cas des autres pays membres de l'UE, si on augmentera le nombre des gens handicapés parmi les autres participants touristiques, cela pourrait causer l'accroissement nombre de visiteurs du tourisme étranger et en même temps les dépenses pour les produits et services touristiques.

Dans le cas où une personne ayant certains handicaps (physique, psychologique, résultant de son âge ou son appartenance à un groupe social) à ces besoins et exigences il y a encore plus d'attentes qui se rapportent à la possibilité d'avoir la jouissance de la participation dans le tourisme et profiter du temps libre pour la satisfaction entière. L'offre des destinations touristiques se compose d'un complexe de l'offre primaire et secondaire et si une partie de cette offre n'est pas facilement disponible, un participant du tourisme doit recevoir certains compromis.

⁷⁷ SAINT-MICHEL, S. *Tourisme : La stratégie marketing de destination France : Objectifs et opportunités à saisir : cibler les clients à forte création de valeur*. Marketing Professionnel.fr [en ligne]. [consulté le 2012-02-07]. Disponible sur le site Internet: <http://www.marketing-professionnel.fr/breve-wp/tourisme-strategie-marketing-destination-france.html>

La philosophie du Tourisme pour tous remplit toutes les conditions du tourisme de qualité, où la qualité signifie que la destination a tenu compte de toutes les attentes des participants du tourisme ayant des besoins spécifiques et en leur assurant confort et sécurité en conformité avec le droit de participer au tourisme qui est le droit fondamental de tout le monde. Maintenant, c'est la question si ce sont aussi les états particuliers qui sont capables de remplir toutes ces conditions spécifiques et non seulement pour les gens handicapés, mais aussi bien pour les autres groupes de la société (pour les seniors, jeunes, familles avec les enfants, etc.), car il faut se rendre compte du fait que ce sont surtout les gens qui créent l'essentiel du tourisme.

6. Compte satellite du tourisme

Chaque année, une évaluation des comptes satellites du tourisme de l'année précédente est présentée à la Commission des Comptes du Tourisme. Parallèlement, des travaux se poursuivent pour élaborer des comptes satellites du tourisme conformes aux normes internationales adoptées par la Commission des statistiques de l'Organisation des Nations Unies en mars 2000, puis en février 2008 dans une vision modifiée. De nouvelles évaluations en niveau de la consommation touristique ont d'ores et déjà été réalisées. Il faut garder à l'esprit que le présent document met essentiellement l'accent sur les évolutions : l'année 2007 est ainsi mise en perspective avec l'année 2006 et les années précédentes.⁷⁸

Le compte satellite du tourisme sert comme une source complexe d'informations de l'activité du secteur du tourisme. Il devrait créer un cadre fondamental pour toutes les dates statistiques et analyses. Le but est principalement la comparabilité des dates parmi les nations particulières. Le compte satellite du tourisme représente pour chaque pays une contribution significative pour le partenariat entre le secteur public et secteur privé. Grâce à la précision des dates, le compte satellite pourrait aider la réalisation des projets PPP.⁷⁹

En Europe, il y a plus de 15 pays qui ont mis leurs comptes satellites du tourisme national, par contre, dans aucun de ces pays, il compte satellite du tourisme n'est pas encore complet, cela veut dire que c'est aussi le cas de la République tchèque et de la France.

En République tchèque, le système du compte satellite du tourisme correspondant aux normes réglementaires est formé successivement depuis 2006, depuis cette année on fait le bilan de la partie de demande et de partie d'offre. Les dates du système satellite

⁷⁸ Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie. [Tourisme.gouv.fr](http://www.tourisme.gouv.fr) [en ligne]. [consulté le 2012-02-14]. Disponible sur les sites Internet : http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/comptes/comptes.php

⁷⁹ MARTY, F., VOISIN, A. et TROSA, S. *Le Partenariats public-privés*. Paris : La Découverte, 2006. ISBN 2-7071-4655-2 [en ligne]. [consulté le 2012-02-07]. Disponible sur les sites Internet : <http://www.oecd.org/dataoecd/32/9/41768196.pdf> :

Le terme de partenariat public-privé qui couvre toutes les formes d'associations du secteur public et du secteur privé destinées à mettre en oeuvre toute ou partie d'un service public. Ces relations s'inscrivent dans le cadre de contrats de long terme: elles se distinguent en cela des privatisations et de la sous-traitance. Les investissements (infrastructure, matériel, immeuble, logiciels...) nécessaires à la fourniture du service sont financés pour tout ou partie par le prestataire privé. Le paiement, assuré par les usagers ou par une collectivité publique, permet de couvrir l'amortissement de ces investissements et leur exploitation.

viennent de six sources principales. Par rapport à la demande, les statisticiens effectuent les enquêtes de la fréquentation dans les établissements d'hébergement du tourisme et de tourisme récepteur. Les autres sources sont représentées par les enquêtes couvrant le tourisme émetteur et le tourisme locale et la balance des paiements de la Banque Centrale de la République tchèque. De la partie de l'offre du tourisme, on observe les statistiques de la comptabilité nationale.

Il est donc bien évident que les Comptes satellites du tourisme représentent un tout nouvel instrument et compréhension du tourisme. La base de cet instrument est l'approche complexe à la compréhension de la continuité et liaison des indicateurs particuliers décrivent la demande et offre du tourisme.

Le Compte satellite du tourisme entier doit donner :

- Les agrégats macro-économiques, qui permettent de décrire la portée et importance économique du tourisme, tels que la valeur ajoutée dans le tourisme, le PIB du tourisme et d'autres qui correspondent à des agrégats semblables dans l'économie nationale en général.
- Les détails de la consommation des visiteurs et de la façon comment l'offre intérieure et importation correspondent à leur consommation.
- Les comptes de production détaillés des industries touristiques, y compris des données sur l'emploi et leur interconnexion avec d'autres activités économiques de production et de création de capital.
- Les informations de base nécessaire pour le développement du modèle de l'impact du tourisme sur l'économie nationale
- La relation entre les données économiques et d'autres informations non-monétaires du tourisme, comme par exemple le nombre de voyage, la durée du séjour, motif du voyage, moyens de transport, etc.
-

6.1 L'histoire du système du compte satellite de tourisme

Comme il est mentionné, le système du compte satellite du tourisme a été formé afin de favoriser la comparabilité internationale. Pour cela, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a formulé une série de cadres de recommandations internationales sur les statistiques du tourisme en 1978 et 1993, ce qui a mené jusqu'à la formulation du

document nommé « *Les Recommandations internationales 2008* »⁸⁰ sur les statistiques du tourisme qui couvre des concepts et définitions fondamentales ayant une connexion au secteur du tourisme⁸¹. Après la formation des Recommandations, les pays ont été encouragés à formuler leurs statistiques du tourisme selon les directrices suivantes⁸²:

- Les évaluations devraient utiliser des sources statistiques fiables, rendant compte des visiteurs ainsi que des producteurs de services;
- Les observations devraient être de nature statistique et être produites régulièrement, combinant le calcul d'estimations de référence et l'emploi d'indicateurs pour renforcer l'utilité des résultats obtenus;
- Les données devraient être comparables dans le temps au sein d'un même pays, comparables entre les pays et comparables avec d'autres domaines d'activité économique;
- Les données devraient offrir une cohérence interne et être présentées dans des cadres macroéconomiques reconnus au niveau international.

Par rapport à cette démarche, il fallait d'assurer une certaine intégration des données du tourisme complètes au niveau national et international. Pour cette raison, il a été décidé d'harmoniser les pratiques statistiques économiques avec le Système de comptabilité nationale 2008 mis à jour qui consiste en concepts, définitions, nomenclatures, règles de comptabilisation, stock et des flux de patrimoine financier et non-financier, etc. D'abord, c'est le Système de comptabilité nationale 2008 qui a proposé des « comptes satellites ».

Ces comptes satellites envisage d'analyser tous les aspects de la demande de biens et de services associés au tourisme en conformité avec les données concernant l'offre de ces mêmes biens et services dans ou de hors de l'économie de référence et déterminer

⁸⁰ Les Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme (RIST 2008) énoncent les principaux concepts, définitions et classifications pour la mesure du tourisme. Elles permettent la compilation de statistiques du tourisme qui soient comparables dans le temps et d'un pays à l'autre.

Lesdites recommandations ont été approuvées par la Commission de statistique des Nations Unies à sa 39^e session (26-29 février 2008). Elles révisent et remplacent les Recommandations sur les statistiques du tourisme de 1993 (RST 1993) adoptées par la Commission en 1993 et publiées en 1994

⁸¹ Il s'agit des définitions des différents aspects du tourisme tels que voyageurs répondant aux critères du visiteur soit comme touriste (ou visiteur qui passe la nuit) soit comme visiteur de la journée (ou excursionniste), différentes formes de tourisme, différents motifs principaux d'un voyage touristique, concept de dépenses touristiques et leurs catégories distinctes liées aux différentes formes de tourisme et différentes classifications utilisables dans l'analyse du tourisme.

⁸² L'Organisation des Nations Unies : *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008* [en ligne]. 2009 [cit. 2012-02-14]. Disponible sur le site Internet : http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1f.pdf

l'interaction de l'offre des biens et services touristiques avec d'autres activités économiques en utilisant les tableaux des ressources et des emplois comme référence.

Par contre, la première recommandation pour créer le système du Compte satellite du tourisme a été proposée déjà en 2000 dans le Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel, qui a été actualisé selon les Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme. Par rapport à cette mise à jour, le nouveau document Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008 s'est appuyé sur la cohérence conceptuelle de base avec d'autres cadres statistiques, comme ceux du Système de comptabilité nationale 2008 ou Manuel de la balance des paiements et de la position extérieure globale, son principe consiste en constituant une ressource supplémentaire pour associer les statistiques du tourisme et pour clarifier les notions de dépenses touristiques et de consommation du tourisme, ainsi que de traitement des biens acquis par les visiteurs, aussi en considérant le nouveau concept de nouvelles formes de propriété de maisons de vacances et de l'industrie des réunions.

Pendant les dernières années plus de 15 pays ont accepté le système du Compte satellite du tourisme pour observer plus profondément l'activité touristique dans le pays de référence, ce qui est aussi le cas de la France et de la République tchèque.

Contrairement à la France où le développement du système de l'observation statistiques dans le secteur du tourisme similaire à celui du Compte satellite du tourisme qui procède depuis plus de 20 ans, l'évolution historique du Compte satellite du tourisme en République tchèque a commencé beaucoup plus tard en 1998, quand le gouvernement a accordé le Concept de la politique nationale du tourisme de la République tchèque présenté par le Ministère du développement régional, dans lequel on a décidé de créer le Compte satellite du tourisme et éventuellement modifier la classification des activités pour le secteur du tourisme.

6.2 Méthode de calcul

Par rapport au tableau au-dessus, les calculs sont effectués au niveau de chaque produit touristique. Dans le passé, la description du tourisme s'est concentrée sur la recherche des indicateurs non financiers liés au tourisme, particulièrement sur les statistiques de

nombre des arrivées et nuitées des visiteurs. La problématique et élaboration du Compte satellite du tourisme est beaucoup plus large en comparaison avec cette approche et exige qualitativement d'autre type des données par rapport à ceux qui ont été produites jusqu'au présente par le secteur du tourisme. À part des dates concernant les visiteurs et touristes, il faut disposer d'autres informations, particulièrement dans l'expression financière afin de mieux mesurer la capacité du tourisme et la comparer avec d'autres industries de l'économie nationale. Ces indicateurs devraient être dans leur nature statistique collectés régulièrement; leurs estimations doivent être fondées sur les statistiques fiables qui suivent les visiteurs et aussi bien les prestataires des services. Ces indicateurs devraient être comparables dans un temps donné et dans le cadre d'un seul pays, dans le cadre de plusieurs pays comparables et pour la comparaison avec les autres activités économiques.

Pour les calculs, les analyses utilisent plusieurs sources ou leur combinaison. S'il est possible, on utilisera la méthode de calcul du Compte satellite du tourisme pour procéder à la première estimation provisoire des indicateurs annuels. Sinon, il observera l'offre et la demande en conformité à la méthodologie des Comptes nationaux⁸³. Ce que concerne les indicateurs annuels du compte satellite du tourisme, il faut les calculer séparément en distinguant les ressources touristiques et la demande touristique, ce qui correspond aussi aux méthodes utilisées dans les Comptes nationaux.

La création du Compte satellite du tourisme désigne élaboration de dix tableaux. Certains méthodes de calcul appliquées à la création du Compte satellite du tourisme exigent beaucoup de travail ou requièrent des données qui sont disponibles trop tard pour les indicateurs annuels, ce que rend impossible les utiliser pour la première estimation des indicateurs annuels de ce compte. D'autres méthodes, en revanche, sont relativement simples à appliquer, comme par exemple dans le cas du calcul de la demande d'hébergement dans les hôtels, etc.

⁸³ Définition par l'INSEE : Les comptes nationaux donnent une représentation chiffrée détaillée de l'économie selon de nombreux angles : PIB, croissance, revenu, pouvoir d'achat, consommation des ménages, finances publiques, investissement, exportation, importation, commerce extérieur, etc. Ils servent aussi bien à l'analyse conjoncturelle qu'à l'analyse macro-économique. Ils sont publiés selon une double périodicité : comptes nationaux trimestriels et comptes nationaux annuels. Les comptes nationaux trimestriels décrivent de façon synthétique le passé récent. Ils sont calés sur les comptes nationaux annuels qui docent une fois par an une description globale et détaillée de l'économie nationale.

Dans la première phase, il faut créer six premiers tableaux, pour qu'il s'agisse même du Compte satellite du tourisme. Ensuite, dans la deuxième phase, on peut commencer par l'élaboration des tableaux de l'emploi, la création du capital fixe, la consommation collective dans le tourisme, etc. Les tableaux particuliers permettent de supputer et comparer la demande et l'offre du secteur du tourisme. Il est aussi possible d'évaluer l'importance du tourisme pour l'emploi total et la création du capital fixe ou la consommation collective. Au-dessous, nous pouvons voir la structure des tableaux particuliers pour mieux comprendre le contenu du Compte satellite du tourisme et tous les aspects qui se cachent sous les indicateurs individuels. Les tableaux sont appliqués directement sur l'exemple de la République tchèque.

Tableau 6 : Résumé de la structure fondamentale du Compte satellite du tourisme⁸⁴

T1	<i>La consommation du tourisme récepteur</i>	Les dépenses encourues par les non-résidents au cours du séjour dans la République tchèque et une partie des dépenses payées d'avance dans le pays d'origine et transférées sous la forme des paiements de l'hébergement, l'alimentation, le transport, etc. à la République tchèque
T2	<i>La consommation du tourisme des ménages</i>	Les dépenses des résidents contenant non seulement les dépenses sur les voyages intérieurs en République tchèque, mais aussi les dépenses pour les voyages étrangers, alors ceux qui restent en République tchèque
T3	<i>La consommation du tourisme émetteur</i>	Les dépenses des résidents sur le tourisme à l'étranger. Il ne comprend pas les frais de voyage ou les frais réalisés après le voyage en République tchèque
T4	<i>La consommation du tourisme intérieur</i>	Le volume des finances dépensés sur le tourisme dans l'économie nationale en totale. Ce tableau est une synthèse du tableau T1 et T2.
T5	<i>Les comptes de production des industries du tourisme et d'autres industries</i>	Il est basé sur les tableaux des ressources et l'utilisation. La production est évaluée dans les prix fondamentaux et elle est divisée selon les industries et produits.
T6	<i>L'offre et consommation locale du tourisme intérieur</i>	Il élargit le tableau T5 d'impôts, subventions et d'importation, ce qui permet la comparaison de l'offre et la consommation du tourisme interne et le calcul du PIB dans le secteur du tourisme
T7	<i>L'emploi dans le secteur du tourisme</i>	Les statistiques du travail dans divers secteurs du tourisme
T8	<i>La création du capital fixe brute du tourisme et d'autres industries</i>	La détermination de la formation du capital fixe brute (chez les producteurs résidents) du compte national, classifié selon des actifs (corporels et incorporels) et l'industrie du tourisme
T9	<i>La consommation collective du tourisme</i>	Mesure des services collectifs du tourisme non-marché par type de service et les niveaux des institutions gouvernementales. Il est recommandé d'utiliser les données des coûts de production, y compris de la consommation de capital fixe
T10	<i>Les indicateurs non financiers du tourisme</i>	Les indicateurs de différentes enquêtes statistiques - les enquêtes dans les ménages, les établissements d'hébergement, les statistiques des frontières, etc.

⁸⁴ LEJSEK, Z. *Satelitní účet cestovního ruchu v České republice : historie, současnost, perspektiva (Le Compte satellite du tourisme en République tchèque : l'histoire, la situation contemporaine, la perspective)*. Plzeň : Ústav územního rozvoje, 2009 [en ligne]. [consulté le 2012-03-05]. page 400. Disponible sur le site Internet : <http://panda.hyperlink.cz/cestapdf/pdf09c5/lejsek.pdf>

Ce que concerne les tableaux particuliers du Compte satellite du tourisme, on va s'orienter vers l'explication des éléments particuliers de la structure fondamentale du Compte satellite du tourisme, sauf ceux du PIB, l'emploi et la balance des paiements, car ce sont les indicateurs de l'économie nationale, dont on a déjà traité dans les chapitres précédents.

Ce sont les tableaux T1 – T4 qui se concentrent à la demande du tourisme qui contiennent les dépenses de la consommation finale de visiteur selon les produits et types du tourisme. C'est également la consommation pendant les séjours professionnels qui est incluse et qui appartient par la méthode internationale dans le secteur du tourisme, même s'il ne s'agit pas de la consommation finale, mais de la consommation intermédiaire⁸⁵ des entreprises. Il faut se rendre compte de ce fait en comparant les ressources et utilisation. La demande du tourisme dans le Compte satellite du tourisme peut être déterminée par les deux approches suivantes, dont chacun a ses avantages et ses inconvénients:

- 1) Détermination de la demande des données prises des comptes nationaux, concrètement des tableaux des importations et utilisation.
- 2) Détermination de la demande des mesures statistiques du tourisme – enquêtes à la frontière (concernant le tourisme émetteur et récepteur), les enquêtes dans les ménages (le tourisme des ménages et le tourisme émetteur) ou leur combinaison.

En utilisant les tableaux des importations et utilisations, on peut bénéficier d'une meilleure comparabilité de l'offre et la demande, parce que la construction des deux parties est basée sur un principe similaire de la détermination de l'impact du tourisme dans les industries et produits particuliers. Cependant, cette approche met l'accent sur la qualité des données des comptes nationaux, ou plutôt sur leur détail. Par contre, ce que concerne la République tchèque, ces données détaillées ne sont pas disponibles.

L'avantage de la seconde approche est que les sources de données sont les enquêtes qui se concentrent directement au visiteur et sa consommation. Il s'appuie sur l'expérience des statistiques du tourisme et pendant leur préparation sont prises en compte les exigences spécifiques du Compte satellite du tourisme. L'inconvénient sont les coûts

⁸⁵ Définition par l'INSEE: La consommation intermédiaire présente une valeur des biens et services transformés ou entièrement consommés au cours du processus de production. L'usure des actifs fixe en oeuvre n'est pas prise en compte; elle est enregistrée dans la consommation de capital fixe.

financiers d'une telle enquête et dont ce type d'enquêtes est utilisé que dans certains pays. Ce type de la construction des données du tourisme a été pris aussi dans la République tchèque.

6.2.1 Tourisme récepteur

Le tableau T1 exprime les dépenses des non-résidents sur la consommation finale dans un pays de référence par le type de visiteur. La meilleure source de données pour le remplissage de ce tableau est l'enquête sur les non-résidents à la frontière, qui fournit sauf d'autres informations deux groupes des données dans la structure suivante:

- Nombre de visiteurs étrangers: le nombre total ou les données pour la détermination du nombre en fonction du type des visiteurs (touristes, visiteurs d'un jour, passants)
- Dépenses des visiteurs dans un pays de référence: le montant et structure des dépenses par type de visiteur (touristes, visiteurs d'un jour, passants)

6.2.2 Tourisme des ménages, tourisme émetteur et tourisme intérieur

Les tableaux T2 et T3 comportent des informations des dépenses des ménages consacrés au tourisme et du tourisme émetteur. Le critère principal pour le classement des dépenses dans un des types du tourisme mentionné est le lieu d'allocation des moyens financiers. Le tourisme des ménages (tableau T2) contient aussi bien la partie des dépenses liées au tourisme émetteur qui restent dans le pays de référence.

Au contraire, le tourisme émetteur (tableau T3) comprend les dépenses liées aux voyages à l'étranger, sauf que ces dépenses sont réalisées uniquement hors du territoire économique du pays de référence (par exemple les marges des agences de voyage résidentielles organisant des voyages étrangers qui sont incluses dans la consommation du tourisme intérieur).

Le tableau T4 a un caractère de compilation et montre la consommation du tourisme intérieur, c'est-à-dire que tous les moyens financiers alloués dans le territoire économique du pays de référence qui résultant du tourisme. Ce tableau contient les données du tourisme récepteur du tableau T1 et du tourisme des ménages du tableau T2. Indicateur global de la consommation du tourisme intérieur sert pour le calcul de

l'impact économique du tourisme dans un pays de référence et ensuite pour la comparaison avec l'offre intérieure.

6.2.3 Production, consommation intermédiaire et valeur ajoutée brute du tourisme

Le tableau T5 est basé sur les tableaux d'importation et utilisation et il est composé de deux parties principales. Dans la partie première, la production est évaluée dans les prix coutumiers⁸⁶ distingués selon les industries et selon les produits. Dans la deuxième partie, la consommation intermédiaire est évaluée dans les prix d'achat, distinguée selon la production. La différence entre la production et consommation intermédiaire est la valeur ajoutée brute, comptée dans les prix coutumiers. Pour établir ce tableau, il est nécessaire de définir les industries caractéristiques étant en rapport avec le tourisme ou ceux qui ne sont pas spécifiquement du caractère touristique (par exemple les services d'assurance, etc.), ce qui s'applique également aux produits. Les tableaux T5 et T6 représentent les comptes de la production et l'offre intérieure du tourisme dans le contexte de l'économie nationale entière. Fondamentalement, le tableau T6 comporte tout les informations pour calculer le PIB crée par le secteur du tourisme. Par contre, on a déjà traité le sujet du PIB et l'impact du tourisme sur cet indicateur de l'économie nationale, aussi bien comme l'emploi touristique, dont le contenu est le but du tableau T7 et pour cela, on ne s'orientera plus vers ces sujets.

⁸⁶ Le prix usuel ou coutumier signifie le prix qui est réalisé dans la vente des produits identiques ou similaires ou pour fournir des services identiques ou similaires dans le cours courant du commerce dans un pays de référence à la date d'évaluation. Cela veut dire que ce sont les prix réguliers, périodiques et appropriés dans un lieu e tun temps donnés. Par conséquent, il peut être estimé par l'analyse de marché avec une précision relativement élevée et une faible dispersion de la valeur moyenne. Par contre, prix d'achat ou prix du marché es tun montant fixe ou un prix qui a été effectivement payé dans un lieu et temps déterminés.

**Tableau 7 : Résumé de l'offre du tourisme dans les tableaux du
Compte satellite du tourisme T5 et T6⁸⁷**

Indicateur construit dans les tableaux T5 et T6	Moyen d'expression	Moyen d'évaluation
La production totale du tourisme	divers	prix coutumier
La consommation intermédiaire totale du tourisme	divers	prix d'achat
L'offre intérieure totale du tourisme	production du tourisme + importation du tourisme + impôts du tourisme - subventions au tourisme	prix coutumier
La valeur ajoutée brute du tourisme	production du tourisme - consommation intermédiaire du tourisme	prix coutumier
Le PIB	production du tourisme - consommation intermédiaire du tourisme + impôts du tourisme - subventions au tourisme	prix coutumier

6.2.4 La création du capital fixe brut du tourisme

La création du capital fixe brut ensemble avec la création des stocks et acquisitions nettes d'objets de valeur créent élément appelé « création du capital brut ». Comme les deux autres éléments mentionnés ne représentent qu'une très petite partie de la création du capital brute (à peu près 1/20), le Compte satellite du tourisme est concentré seulement avec la partie la plus importante – le capital fixe. La problématique de la création du capital fixe brut dans les divers secteurs du tourisme est le contenu du tableau T8 du Compte satellite du tourisme. L'identification de la création du capital fixe brut du tourisme peut être similaire que lorsque la production ou la consommation intermédiaire, c'est-à-dire que pour chaque industrie du tourisme on range une partie (tourisme ratio), par laquelle la création du capital fixe brute est ajustée.

6.2.5 La consommation collective du tourisme

La consommation collective du tourisme est le contenu du tableau T9 et il s'agit des services non marchands liés au tourisme, tels que la promotion du marché du tourisme, planification, développement du tourisme, contrôle des services, etc. Ces fonctions peuvent être développées par les institutions gouvernementales au niveau national, régional et local. La valeur de ces activités pourraient être évaluée selon les mêmes

⁸⁷ LEJSEK, Z. *Satelitní účet cestovního ruchu v České republice : historie, současnost, perspektiva (Le Compte satellite du tourisme en République tchèque : l'histoire, la situation contemporaine, la perspective)*. Plzeň : Ústav územního rozvoje, 2009 [en ligne]. [consulté le 2012-03-05]. page 404. Disponible sur le site Internet : <http://panda.hyperlink.cz/cestapdf/pdf09c5/lejsek.pdf>

paramètres que tous les autres services non marchands collectifs, alors par les coûts de la production. Néanmoins, la méthodologie internationale de l'estimation de consommation collective du tourisme n'est pas encore décrite en détail et il est préférable de traiter le T9 dans le second stade de l'élaboration du Compte satellite du tourisme, c'est-à-dire après avoir maîtrisé les tableaux de la base du Compte satellite du tourisme et leur consolidation.

6.2.6 Des indicateurs non financiers du tourisme

Les tableaux des indicateurs non monétaires comprennent des indicateurs naturels des enquêtes statistiques différentes – enquêtes dans les ménages, établissements résidentiels, statistiques à la frontière, etc.

6.3 La problématique du Compte satellite du tourisme

Dans tous les pays qui ont accepté l'élaboration du Compte satellite du tourisme, on a rencontré quelques difficultés, car l'exécution des missions gouvernementales concernant sa création a procédé très lentement. Il s'agissait de processus de recherche et classification d'informations statistiques disponibles du tourisme et évaluation de leur valeur en relation au Compte satellite du tourisme, leur comparabilité et crédibilité mutuelle.

Le problème principal s'est produit en évaluant la crédibilité d'informations qui se sont justifiées difficilement explicables par rapport aux différences interannuelles. Dans ce cas-là, après le premier essai de la création du Compte satellite du tourisme qui n'a pas rencontré un grand succès en 2004, l'année suivante la République tchèque s'est inspirée d'expérience étrangère et elle a innové les méthodes des mesures statistiques qui comportent d'autres dates de fond comme par exemple par la formation de la mesure des frontières pour regrouper les dates du tourisme récepteur.

Par contre, même dans l'époque contemporaine, on rencontrera quelques difficultés dans le contrôle de la qualité des résultats, car un tel contrôle automatique de qualité des résultats n'est pas toutefois réalisable. En considérant les indicateurs annuels du Compte satellite du tourisme, il y a encore quelques lacunes importantes en particulier au niveau de la demande et l'offre touristique.

Les statistiques du Compte satellite du tourisme regroupent les données de plusieurs périodes, jusqu'à présente il y a deux Comptes satellite du tourisme en République tchèque, l'un pour les années 2003 – 2005 et l'autre qui a élargi la publication existante pour les années 2003 – 2007. De ce fait, nous pouvons déduire une autre difficulté, qui est le contenu incomplet. Il est possible de trouver les statistiques pour les années de 2008 jusqu'au 2011, par contre, ce sont les statistiques élaborées surtout par les bureaux statistiques nationales comme ČSÚ dans le cas de la République tchèque et l'INSEE dans le cas de la France, ou ce sont les statistiques prévisionnelles, dont la crédibilité n'est pas encore authentifiée. En conséquence, le Compte satellite du tourisme n'est pas encore tout-à-fait capable de former une publication officielle afin de présenter les résultats de l'activité touristique prenant en considération tous les aspects du tourisme.

De cette façon, nous pouvons estimer que le Compte satellite du tourisme n'est pas entièrement capable de donner le regard cohérent et facilitant la recherche des données concernant le tourisme. Cela est aussi causé par le fait que le Compte satellite du tourisme s'efforce de couvrir un spectre d'information assez vaste pour compléter tous les aspects possibles concernant ce secteur, ce qui est montré sur le tableau au-dessous.

Tous les résultats du Compte satellite du tourisme sont émis annuellement jusqu'à l'année 2007, alors comme on a mentionné, le Compte satellite du tourisme n'est pas encore complet et de cette façon son contenu n'a pas le pouvoir explicatif concernant les données des dernières années.

Toutes les données sont rédigées seulement au niveau national, pas au niveau régional ou local, ce que ne permet pas de voir le développement du tourisme dans les régions individuelles et de cette façon cela ne permet pas de prendre les décisions nécessaires afin d'établir une stratégie d'amélioration dans les régions qui présentent certains défauts dans le secteur touristique. Cela exigerait les recherches additionnelles dans les régions particulières.

En outre, c'est seulement l'influence directe du tourisme qui est examinée, les effets de l'impact indirect du tourisme ne sont pas encore calculés, ainsi que les activités de loisirs plus larges, qui ne sont pas enregistrées en République tchèque.

Tableau 8 : Les indicateurs du compte satellite du tourisme⁸⁸

COMPTE SATELLITE DU TOURISME	
A. Produits spécifiques du tourisme	
A.1 Produits caractéristiques du tourisme	
1 - Hébergement	
Hôtellerie	
Parahôtellerie	
Appartements de vacances pour compte propre	
2 - Restauration dans les hôtels et les restaurants	
3 - Transport	
Transport ferroviaire	
Funiculaires, téléphériques, remontées mécaniques	
Transport routier	
Navigation	
Transport aérien	
Services annexes de transport	
Location de matériel de transport	
4 - Agences de voyage et offices du tourisme	
5 - Culture	
Arts dramatiques	
Services et musées et autres	
6 - Services de loisirs et de divertissements	
7 - Services touristiques et autres	
Services financiers et services d'assurance	
Autres services de location de biens	
Autres services touristiques	
A.2 Produits connexes au tourisme	
Commerce de détail	
Stations-services	
Santé	
Télécommunications	
Autres services touristiques	
B. Produits non spécifiques du tourisme	
Biens du commerce de détail	
(sans la marge du commerce de gros)	
Commerce de gros	
TOTAL	



INDICATEURS ANNUELS DU COMPTE SATELLITE DU TOURISME	
A. Produits spécifiques du tourisme	
A.1 Produits caractéristiques du tourisme	
1 - Hébergement	
2 - Restauration dans les hôtels et les restaurants	
3 - Transport	
4 - Agences de voyage et offices du tourisme	
5 - Culture	
6 - Service de loisirs et de divertissements	
7 - Services touristiques divers	
A.2 Produits connexes au tourisme	
B Produits non spécifiques du tourisme	
TOTAL	

Source : Indicateurs annuels du compte satellite du tourisme : Rapport méthodologique du 2010-03-30, l'Office Fédéral de la Statistique Suisse, en ligne, [consulté le 2012-03-06], disponible sur le site Internet : <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/news/publikationen.Document.129680.pdf>

⁸⁸ Le compte satellite du tourisme présente plusieurs variables (la demande, l'offre, la valeur ajoutée, la consommation intermédiaire, l'emploi, etc.) qui sont estimées pour un grand nombre de produits touristiques du secteur d'hôtellerie, transport, etc. Pour calculer les indices annuels, il est prévu de prendre en considération un nombre nettement réduit de variables et de produits touristiques.

7. Les nouvelles tendances dans le tourisme en Europe

Dans ce chapitre, on s'orientera vers les nouvelles tendances du tourisme en général avec certaines précisions concernant la République tchèque et la France, aussi bien comme les aspects principaux qui influencent le secteur du tourisme et qui participent à son développement.

Considérant que le tourisme devient de plus en plus une partie inséparable de nos vies, les changements dans la société, ainsi que les changements économiques ou de mode de vie ont toujours un impact au développement continu du tourisme. Pour le secteur du tourisme, il est très important d'accepter tous ces changements dès l'origine et d'adapter l'offre entière du tourisme et ses produits et services à ces changements. Préférences et comportements des gens et avec eux aussi l'offre des services et produits du tourisme se développent constamment. Auparavant, que l'offre a déterminé la demande, dans l'époque contemporaine c'est au contraire. La saturation croissante du marché⁸⁹, demande croissante des consommateurs, la hausse des revenus disponibles et plus de temps libre influencent la réussite de prestataires des services touristiques. Par contre, la concurrence devient de plus en plus instable.

7.1 Les tendances principales s'imposant dans le tourisme et leurs conséquences pour le secteur touristique

Dans les paragraphes qui suivent, on résume les tendances qui touchent le tourisme et son développement le plus considérablement. Il est également nécessaire de souligner que toutes les tendances mentionnées dans la plupart des cas fonctionnent ensemble. À cause de cela, il n'est pas alors possible de déterminer le résultat exact et temps d'action pour chaque de cette tendance.

7.1.1 La démographie

À l'époque contemporaine, on discute souvent le sujet du vieillissement de la population. Certaines prévisions prévoient qu'à partir de 2015, les décès devraient dépasser les naissances dans l'Union Européenne, ce qui est aussi documenté dans une étude publiée le 26 août 2008 par Eurostat, l'Office statistique des Communautés

⁸⁹ État du marché d'un bien, d'un service ou d'un secteur pour lequel il ne semble plus possible de séduire de nouveaux consommateurs ou d'augmenter la consommation/l'utilisation de la part des consommateurs actuels.

européennes. Selon le même rapport, le nombre de naissances devrait cependant diminuer progressivement entre 2008 et 2060 et la population de l'Union Européenne devrait donc s'établir à 506 millions d'habitants en 2060. Parallèlement à la diminution des naissances, les décès devrait continuer d'augmenter, la population européenne étant vieillissante. Considérant ce fait, ce que concerne le secteur du tourisme, les personnes plus âgées et les retraités vont avoir des exigences plus spécifiques. À cause de ce fait, la demande des seniors expérimentés va augmenter - et des seniors beaucoup plus rapidement que la demande touristique en général.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- La demande croissante pour un tourisme de qualité beaucoup plus haute, le confort et la sécurité
- La demande croissante pour des moyens de transport plus rapides, simples et confortables
- La demande croissante pour les activités de détente (par exemple golf, etc.)
- La demande croissante pour les produits s'adressant aux particuliers
- La demande croissante plutôt hors des saisons principales (vacances d'hiver, etc.)
- Dans les activités de marketing, il faudrait s'appuyer moins à l'âge et plus au confort
- La demande croissante pour les destinations plus lointaines, mais en partie également pour les courts séjours, ou autrement les week-ends prolongés

7.1.2 La santé

Il faut se rendre compte aussi de l'importance de la santé considérant non seulement des touristes eux-mêmes, mais également des destinations dans lesquelles ils voyagent. L'importance de la santé dans le secteur touristique va encore augmenter à l'avenir continuellement. Cependant, ce facteur n'aura presque aucun impact sur le volume de la demande touristique, mais il va certainement influencer le processus de la prise de décision comme *quand*, à *quelle destination* et *comment* se comporter au cours de séjour à l'étranger.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- Les touristes vont de plus en plus éviter les destinations qui sont perçues comme des destinations à risque pour les touristes et non seulement considérant leur santé, mais aussi leur sécurité
- La demande pour les vacances d'été va diminuer et au contraire la popularité des vacances actives va augmenter, aussi bien la demande des activités qui sont liées à ce type de vacances
- On enregistrera une augmentation de la demande de produits et services de bien-être, fitness et spa

7.1.3 L'éducation

À l'avenir, on prévoit que le niveau de l'éducation va constamment augmenter. Le résultat de cette tendance lors de planification de vacances sera le rôle croissant de l'art, la culture et l'histoire, y compris l'augmentation de l'importance des valeurs éducatives et spirituelles.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- La demande croissante pour les produits et services spécifiques
- Les agences de voyage vont encore plus augmenter leur offre des voyages uniquement culturels, d'art et pour l'histoire, la même chose s'applique aux voyages individuels
- L'amélioration des moyens pour fournir les informations touristiques
- La demande croissante pour les nouvelles destinations en Europe centrale et orientale

7.1.4 Le temps libre

À l'époque contemporaine, la plupart de la population mondiale est exposée aux situations assez stressantes et pour cela les gens exigent beaucoup plus de temps libre. La société moderne met une pression croissante sur la vie quotidienne et stimule donc sa demande de loisirs et de détente. D'autre part, cette tendance présente un effet inverse concernant les revenus disponibles considérant l'augmentation de nombre de

jours de congés payés. Dans ce cas, il dépend des préférences des gens – s'ils dépensent leurs revenus disponibles pour leurs loisirs ou pour quelque chose d'autre.

Il ne faut pas aussi oublier l'effet de revenu qui dit que lorsque le prix du travail augmente, le salarié peut être tenté de privilégier les loisirs puisque la hausse de son revenu l'autorise à travailler moins. À l'inverse, lorsque l'État augmente la pression fiscale, le contribuable peut être tenté de travailler plus pour maintenir intact son revenu disponible.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- La demande croissante pour des produits moins chers
- La demande croissante pour les séjours de détente
- Raccourcissement de congé principal de longue durée et son remplacement par un plus grand nombre de congés de courte durée

7.1.5 Expérience de voyager

Les consommateurs avec plus d'expérience vont de plus en plus organiser leurs voyages eux-mêmes en fonction de leurs besoins. Pour cela, ils vont s'appuyer de plus en plus sur le rapport entre la qualité et prix. Ici, il faut aussi déterminer du quel groupe de touriste il s'agit. Par exemple, les personnes jeunes, surtout les étudiants préfèrent souvent organiser leurs voyages aux coûts les plus bas possibles en utilisant les établissements d'hébergement moins chers (dans le cas de couchsurfing ils sont capables de trouver un hébergement gratuit), par contre les gens avec un certain niveau de revenu préfèrent les voyages avec plus de confort pour lequel ils sont également complaisants à payer pour satisfaire tous leurs besoins.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- Les vacances vont être de plus en plus complétées par d'autres moyens alternatifs de passer du temps libre
- Les consommateurs de produits et services touristiques vont de plus en plus diversifier leurs vacances, quelques individus vont même passer plusieurs vacances par an (comme par exemple les vacances d'hiver de court séjour et les vacances d'été de long séjour, on peut aussi constater que pendant l'hiver, les

gens préfèrent plutôt les vacances plus actives, par contre pendant l'été la plupart des touristes préfèrent passer les vacances de détente)

- Les préférences de vacances seront de plus en plus fragmentées
- La loyauté pour les destinations continuera à s'affaiblir, car les gens exigent plus d'expérience et cherchent de nouvelles destinations. De l'autre côté, les gens seront stimulés aussi bien pour les visites des destinations déjà visitées et avec lesquelles ils ont été satisfaits
- La mobilité sera plus préférée et la demande pour les voitures, motos et vélos de location va augmenter
- La préférence des régions qui offrent un concept équilibré, large et diversifié
- La demande pour une meilleure gestion de destination va augmenter

7.1.6 Style de vie

Le style de vie dans la société occidentale va progressivement changer, ce qui affecte l'approche des touristes à leurs besoins personnels et leur comportement. Dans ce cas, on peut dire que le style de vie des gens a un rapport significatif avec la tendance précédente – l'expérience de voyager, car dans l'époque contemporaine, beaucoup de gens considèrent le tourisme comme une partie importante du mode de vie. De cette façon, on peut estimer que le tourisme est important non seulement du point de vue économique mais aussi social.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- Le comportement au cours du temps libre sera plus personnalisé, lorsque la demande pour les établissements d'hébergement plus petits va augmenter (hôtels familiaux, fermes, etc.)
- Le changement dans la perception de la vie et style de vie entraîne une diminution de la demande de tout circuits accompagnés
- Les fournisseurs gagnent plus de profit, s'ils sont capables de créer des produits entièrement nouveaux, l'importance de leur spécialisation en rapport avec les loisirs spécifiques va aussi augmenter
- La demande des résidences secondaires va augmenter

7.1.7 Les technologies de l'information et de la communication

Internet joue un rôle de plus en plus important. À l'époque contemporaine, les utilisateurs en ligne utilisent Internet non seulement pour la recherche des meilleures offres des destinations de vacances, mais aussi afin d'acheter les billets de transport, réserver hébergement, etc. De cette façon, l'expansion de Internet et son utilisation non seulement pour recueillir des informations, mais aussi pour les achats des produits et services touristiques ne cesse pas de croître. L'importance des présentations visuelles dans le secteur du tourisme va aussi croître de façon constante.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- La disponibilité d'informations sur les destinations touristiques, produits et services et des systèmes complexes de recherche vont causer l'augmentation de concurrence sur le marché du tourisme
- Les touristes expérimentés vont de plus en plus construire leurs vacances par les réservations directes sur Internet
- Par rapport au point précédent, les agences de voyages vont enregistrer l'abaissement sur leur importance chez les consommateurs des produits et services touristiques, car les forfaits vacances vont être achetés de plus en plus par Internet
- Internet va encore modifier le rôle des organisations touristiques nationales et renforcer le rôle du e-marketing
- La disposition principale du site web de succès d'agence de tourisme sera une disponibilité de plus d'informations des produits, ainsi que des destinations
- La possibilité d'achat sur Internet va causer encore plus de retard des réservations
- L'augmentation de la nécessité des systèmes fiables pour les réservations en ligne, particulièrement pour les touristes avec plus d'expérience

7.1.8 Le transport

La meilleure disponibilité des trains à grande vitesse et des transporteurs à bas prix vont influencer les méthodes traditionnelles de voyager. Le transport routier devra faire face au problème de saturation et d'accumulation.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- Les destinations touristiques vont plus bénéficier d'un accès facile, surtout dans le cas de séjours à courte durée, particulièrement lorsque les événements principaux organisés hors de la saison principale
- La meilleure disponibilité des liaisons ferroviaires et aérienne va stimuler la demande pour les week-ends prolongés et séjours à court terme dans les villes à l'étranger
- L'augmentation de l'utilisation des chemins de fer à grande vitesse, qui vont reprendre une grande partie, qui est dans l'époque contemporaine possédée surtout par le trafic aérien
- La surcharge du transport routière aura un impact négatif sur les voyages en voiture privés, en particulier en haute saison
- La diminution de l'importance de services de bus
- Les obstacles causés par les horaires de transport imparfaits et moyens de transport pas très optimales (surtout en cas des bus) auraient un impact négatif sur les destinations, qui n'acceptent pas la demande croissante pour leur disponibilité facile
- Les croisières, à n'importe quel prix, vont gagner en importance, particulièrement parmi les gens vers 50 ans

7.1.9 Le développement durable

La prise de conscience de l'importance de l'écologie va continuer de croître. Les gens se rendent compte de l'importance de la protection de l'environnement, mais aussi bien du soutien du développement durable. Sous le terme de « *tourisme* » la plupart des gens s'imaginent les destinations de vacances, mais avec temps qui passe les gens désirent visiter de plus en plus de nouvelles destinations à découvrir, ainsi que rencontre les nouvelles civilisations. Dans le tourisme cela va entraîner une augmentation de la demande pour les destinations, dans lesquelles la nature et population joueront un rôle de plus en plus important.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes:

- L'augmentation de l'importance des régions particulières dans le cadre d'une destination
- La politique du management de destination doit être renforcée par la planification continue et cohérente
- Les préférences des destinations sont de plus en plus associées avec le support de la population locale et leur attitude amicale envers le nombre croissant de touristes à venir
- L'écotourisme ne doit pas être confondu avec le développement durable du tourisme

7.1.10 La sûreté et la sécurité

Les attentats terroristes, les guerres régionales, l'environnement pollué et d'autres situations critiques font malheureusement partie de la vie quotidienne dans quelques destinations, qui sont connues comme les destinations de vacances et dont l'activité économique est basé sur les résultats du secteur du tourisme. Ces situations provoquent aussi plus grande nécessité d'accroître la sécurité.

Les implications de cette tendance pour le tourisme sont les suivantes :

- Les touristes vont éviter de plus en plus les destinations qui sont considérées comme moins sécurisées (l'Egypt peut être considéré comme un de tels pays)
- Lors de choix d'une destination, les touristes vont prendre en conscience quelle est la qualité de l'eau locale, quelle est la situation politique, etc.
- Les touristes vont réagir plus rapidement, si le produit offert ne respecte pas les normes attendues
- Augmentation de manière significative des coûts pour garantir la sécurité
- L'industrie du tourisme sera plus flexible et il va réagir plus rapidement, il va aussi répondre à la demande et temps de crise

7.2 Les nouvelles formes de tourisme

Les formes de tourisme sont dérivées des motivations des touristes et leurs besoins spécifiques. Comme on a indiqué dans le chapitre précédent, les nouvelles tendances dans le tourisme sont en rapport avec les changements démographiques, changements de mode de vie et changements des aspects de l'environnement. Ces changements sont liés aux nouveaux besoins de réalisation du tourisme qui sont particuliers pour tous les visiteurs.

7.2.1 Les formes alternatives de tourisme dans le monde

Généralement, le tourisme est divisé en tourisme de masse⁹⁰ et tourisme alternatif⁹¹. Les formes fondamentales du tourisme comme le tourisme de vacances, le tourisme culturel ou le tourisme du sport peuvent être enregistrées sous le tourisme de masse. Il est bien évident, que le tourisme alternatif devient de plus en plus populaire, car les visiteurs sont beaucoup plus exigeant considérant les nouvelles destinations, qui ne sont pas entièrement découvertes, aussi bien comme les civilisations occupant ces territoires, autant que la protection de l'environnement et son développement durable.

7.2.1.1 L'Écotourisme et le cyclotourisme

Parmi les nouveaux types du tourisme alternatif appartient par exemple le tourisme et l'observation de la faune, dont le but est d'observer les animaux sauvages dans leur environnement naturel.

L'autre type est le tourisme d'aventure comme le trekking, l'alpinisme, le rafting, la plongée, le parapente ou le parachutisme, etc.

⁹⁰ Sous la notion du tourisme de masse, qui est apparue grâce à la généralisation des congés payés dans de nombreux pays industrialisés dans les années 1960, on peut s'imaginer le tourisme qui permet aux masses populaires de voyager et de soutenir le secteur économique du tourisme. Il a un rapport également avec le « tourisme social », qui est le mouvement de démocratisation du tourisme et qui supporte l'idée du tourisme de masse. Le voyage à forfait est un élément typique du tourisme de masse, ainsi que la concentration de Linux de villégiature sur un endroit limité : c'est là où les touristes séjournent en masse.

⁹¹ Le tourisme alternatif est le nom donné aux différentes alternatives du tourisme de masse. Ce type de tourisme est né afin de perturber le moins possible le système social et économique du pays d'accueil, en respect des communautés locales et dans une perspective de développement durable. Il met au centre le but de l'échange, la découverte d'autres cultures, privilégie l'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique, et une répartition plus équitable des ressources générées. Il existe différentes formes de tourisme alternatif : tourisme durable, écotourisme (tourisme vert), tourisme rural, tourisme équitable et tourisme solidaire, tourisme responsable, etc. Au contraire du tourisme de masse, le tourisme alternatif peut être défini comme le voyage actif des petits groupes des touristes avec le minimum des impacts de l'environnement et sociaux négatifs.

Concernant la protection de l'environnement, il existe aussi le tourisme écologique, ou autrement dit l'écotourisme, qui présente une forme du tourisme durable basé sur les principes de la protection de l'environnement, aussi bien comme la préservation du patrimoine culturel. Ce type de tourisme contribue également à la prospérité des communautés indigènes dans les pays en développement. Les touristes qui préfèrent ce type de tourisme souvent subviennent au développement durable de ces destinations par les contributions financières. Il est bien évident, que ce type de tourisme se développe surtout dans les pays en développement.

D'après la définition de l'Organisation mondiale du tourisme, l'écotourisme peut être divisé en deux parties : le tourisme basé à la nature, dont le but principal est l'observation de la nature (le tourisme pédestre et cyclotourisme) et le tourisme qui comporte les éléments d'éducation et de présentation (agrotourisme).

Le cyclotourisme est une branche de l'écotourisme pratiqué sur le vélo. Son développement aide à l'augmentation de nombre de pistes cyclables. En Europe, il existe un réseau européen des pistes cyclables « EuroVelo », dont est le projet de la Fédération Européenne des Cyclistes (FEC). Le but est de promouvoir le tourisme à vélo, qui est devenu un facteur économique important et l'usage du vélo en général à travers l'Europe.

La République tchèque est aussi un pays qui a un fort potentiel dans le développement du cyclotourisme. On a aussi élaboré deux projets pour le développement de ce phénomène, comme le projet « *Greenways* » (traduit en français les Pistes Vertes) et « *Cyclistes bienvenus* ».

Le projet « *Greenways* » représente toutes les pistes vertes comme les voies, routes ou corridors naturels utilisés conformément à leurs fonctions écologiques et avec le potentiel pour le sport, tourisme et loisirs. Ils apportent profit en conservation de l'environnement et du patrimoine culturel, améliorent la possibilité pour le transport, loisirs et tourisme. Ils présentent un défi au mode de vie saine et utilisation durable des ressources locales. Les pistes vertes mènent les citoyens, représentant et entrepreneurs à la planification conjointe et amélioration de la vie dans leurs communautés. Il s'agit par exemple des Routes du Vin de Moravie, Greenway Elbe, Greenway Prague-Vienne.

Le projet « Cyclistes bienvenus » est un système de certification nationale, qui examine offre et équipement des services d'hébergement et restauration, les campings et les destinations touristiques.

7.2.1.2 Le tourisme religieux et le tourisme médical

Par contre, le tourisme peut être distingué selon le groupe caractéristique des visiteurs, comme par exemple, le tourisme religieux pour les croyants. L'un des lieux de pèlerinage les plus célèbres est situé en France, à la ville de Lourdes. À l'échelle mondiale, c'est surtout la Meque et Jérusalem.

L'autre type très spécifique du tourisme est le tourisme médical, qui désigne une forme particulière de tourisme. Le but principal des adeptes de ce tourisme est de se déplacer pour des soins médicaux liés aux soins dentaires ou la chirurgie esthétique ou pour les opérations beaucoup plus complexes tels que la chirurgie cardiaque ou traitement oncologique. Les facteurs principaux qui mènent à la popularité croissante de ce type de tourisme sont surtout les coûts élevés de soin de santé, longueur de temps d'attend pour un traitement médical dans les pays différents, etc.

7.2.1.3 Le tourisme de congrès

La forme spécifique dans ce secteur est le tourisme de conférence pour lequel est typique qu'il ne s'agit pas d'une visite groupe classique. Les participants au Congrès ont un besoin commun de se rencontrer, d'échanger certaines informations, avoir une connaissance générale et d'élargir leurs horizons. L'Europe est traditionnellement en termes de tourisme de congrès le continent le plus important. Sa participation est plus de moitié des événements mondiaux organisés par des associations internationales. Parmi les pays avec une croissance positive du tourisme de conférence sont l'Allemagne, la France, l'Espagne, le Portugal, les Pays-Bas, la Finlande, la Grèce, la Suède, la Malte, le Monaco, la Turquie, la Pologne, le Royaume-Uni. Les villes européennes les plus importantes dans le secteur du tourisme de conférence sont Paris, Londres, Bruxelles, Vienne, Genève, Amsterdam, Copenhague, Berlin, Barcelone, Rome, Budapest, Stockholm, Madrid, Helsinki, Prague, Munich, Lisbonne, Oslo.

7.2.1.4 Le tourisme de golf

Comme on a mentionné, dans l'époque contemporaine le tourisme est une question de mode de vie, surtout dans le cas du tourisme sportif, qui est né d'une part de l'extension du sport aux activités de loisirs sportifs et, d'autre part, de la nécessité du tourisme de développer des produits complémentaires aux activités de base du tourisme. Les activités sportives imposées dans le tourisme ne sont pas un phénomène récent, par contre leur diversification dans le secteur du tourisme est un phénomène novateur reflétant mode de vie de chaque visiteur particulier, c'est un élément qui devient de plus en plus déterminant dans le choix des destinations touristiques, particulièrement l'attraction des territoires, la difficulté du terrain, etc.

Au développement du tourisme sportif aide aussi les grands événements sportifs qui deviennent de plus en plus des éléments contribuant à la valorisation de l'image touristique des destinations. Ces événements contribuent en outre à améliorer la vie et favoriser la création d'une offre pérenne pour la pratique des populations locales.

L'un des sports le plus populaire, qui se développe le plus rapidement, est golf, ou autrement le tourisme de golf, qui connaît pour sa part un rythme de croissance 2,5 fois plus rapide que celui du tourisme de loisirs dans son ensemble. On peut estimer que ce marché devrait connaître dans cinq ans un essor sans précédent.

Le tourisme de golf a expandé dans presque tous les pays de l'UE, ainsi qu'en France, qui enregistre un épanouissement dans ce branche du tourisme, surtout après la confirmation du comité de sélection pour l'organisation d'une des plus importantes compétitions internationales de golf en 2018, de la Ryder Cup. Cet événement majeur retransmis dans le monde entier et suivi par près de 80 000 spectateurs pendant trois jours.

La République tchèque dispose également de grands espaces de golf de haute qualité, qui la font le leader du tourisme de golf parmi les autres pays de l'Europe de l'Est. Elle est le leader non seulement dans le nombre total de joueurs inscrits, mais elle a aussi le plus de terrains de golf. Depuis 1990 leur nombre a augmenté à 74. D'autres 17 terrains de golf sont en construction et sur huit terrains de golf on augmente le nombre de trous de golf. Chaque année, il y a plus de 16 000 touristes qui viennent en République

tchèque pour jouer au golf, la plupart de l'Allemagne et de la Scandinavie et ce nombre continue à accroître chaque année, aussi grâce à la stratégie de l'organisation CzechTourism, dont le but principal est de présenter la République tchèque comme une « *destination de golf* ». La République tchèque peut aussi profiter de la victoire du 6ème année de IAGTO Awards⁹² dans la catégorie la « *Destination de golf non découverte* ».

7.2.1.5 Le tourisme social

Le concept du tourisme se reflète dans les désirs et besoins de tous les groupes de la société. Les gens exigent les nouvelles aventures, d'élargir leurs horizons, de connaître les nouvelles destinations et tous les éléments qui y sont associés. Par contre, avec la qualité augmentant, aussi les prix sont beaucoup plus élevés, ce que fait du tourisme le produit de luxe qui n'est pas accessible pour tout le monde. Dans ce cas, il s'agit particulièrement des familles avec des enfants, étudiants, retraités, personnes aux revenus modestes et des personnes à capacité physique restreinte, etc., qui ne disposent pas souvent d'un montant nécessaire pour payer leurs vacances.

Pour cette raison, la Commission Européenne a créé le programme « Calypso », qui traite le concept du tourisme social, dont le but est de permettre au plus grand nombre de touristes potentiels de partir en vacances et en même temps d'accroître sensiblement la mobilité. Le concept du tourisme social se concentre également à renforcement de la lutte contre le déséquilibre saisonniers, fortifier la notion de citoyenneté européenne et promouvoir le développement régional tout en facilitant le développement de certaines branches des économies locales.

Néanmoins, le concept du tourisme actuel n'est apparu qu'au XIXe siècle. Bien évidemment, à l'époque, le tourisme social était réservé à une élite bourgeoise puisque les lois réglant le travail ne prévoyaient pas de congés pour les employés qui devaient travailler tous les jours, même le dimanche. Les possibilités de partir en vacances étaient donc très limitées pour la grande majorité des citoyens.

En 1936, l'adoption par l'Organisation Internationale du Travail (OIT) de la Convention N° 52 sur les congés payés⁹³, signera le point de départ du tourisme social. Le principe

⁹² International Association of Golf Operators

⁹³ Rapport du Directeur Général. *Conférence internationale du Travail. Rapport I(A), Activités de l'OIT : Application des normes internationales du travail 2010*. Genève : Bureau International du Travail, 2010. page 700.

de cette convention sera également repris dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme de 1948⁹⁴ où l'on affirme que « *chaque personne a droit au repos et aux loisirs et notamment à une limitation raisonnable de la durée du travail et à des congés payés périodiques* ». L'histoire du tourisme social continue jusqu'à l'année 1963, ce qui est l'année de la fondation du Bureau International du Tourisme Social (BITS), dont le principal fondateur, Arthur Haulot, pendant de nombreuses années la promotion et le développement du tourisme social à l'échelle mondiale.⁹⁵

Cependant, certains historiens estiment que le tourisme social serait apparu quelques décennies auparavant, en même temps que l'apparition de colonies de vacances et auberges de jeunesse au début du XXe siècle qui aient pour but de favoriser l'accès du tourisme à une population plus large (dans le cas de colonies de vacances, c'était aussi l'intérêt éducatif).

L'Organisation Internationale du Tourisme Social (OITS) définit la notion du tourisme social comme l'ensemble des rapports et des phénomènes résultant de la participation au tourisme et en particulier de la participation des couches sociales à revenus modestes. Cette participation est rendue possible, ou facilitée, par des mesures d'un caractère social bien défini. Pour appliquer cette définition en pratique, l'OITS s'appuie sur les principes adoptés dans la Déclaration de Montréal en septembre 1996.⁹⁶

Bien évidemment, dans tous les pays membres de l'UE, le concept du tourisme social est engagé dans le cadre du projet Calypso, dont les objectifs principaux sont⁹⁷:

- Cataloguer les bonnes pratiques les plus représentatives afin d'encourager l'activité touristique en basse saison
- Identifier les mesures existantes, au niveau national et européen, qui permettent les échanges de personnes provenant de quatre groupes cibles
- Examiner les difficultés relatives à ces échanges et proposer des solutions appropriées

⁹⁴ *Déclaration universelle des droits de l'homme* [en ligne]. [consulté le 2012-03-11]. Disponible sur le site Internet : <http://www.un.org/fr/documents/udhr/>

⁹⁵ Organisation internationale du tourisme social : *Origine du tourisme social* [en ligne]. [consulté le 2012-03-11]. Disponible sur le site Internet : <http://www.bits-int.org/fr/index.php?menu=1&submenu=1>

⁹⁶ *Déclaration de Montréal (1996) : Pour une vision humaniste et sociale du tourisme* [en ligne]. [consulté le 2012-03-11]. Disponible sur le site Internet : http://www.holidays-for-all.com/pdf/mtl_fr.pdf

⁹⁷ Organisation Internationale du Tourisme Social : *Le Projet Calypso* [en ligne]. [consulté le 2012-03-11]. Disponible sur le site Internet : <http://www.bits-int.org/fr/index.php?menu=75&submenu=151>

- Permettre aux groupes cibles de partir en vacances, en base de programmes thématiques et offres d'hébergement spécifiques, dans d'autres États membres / pays candidats en basse saison

Le but fondamental de tous les pays est surtout d'adapter l'infrastructure touristique pour les groupes, qui sont reconnus comme les participants potentiels du tourisme social, particulièrement par la reconstruction des établissements touristiques pour les gens handicapés. Le groupe des jeunes, qui crée plus de 20 % des participants du tourisme en général évaluent non seulement la qualité de la destination choisie, mais aussi l'aspect quantitatif, alors les dépenses totales. Dans ce cas, par exemple la France rend possible de libérer les étudiants des États membres de l'UE (15 – 26 ans) des paiements pour l'entrée dans les monuments qui sont classés sur la liste de l'UNESCO.

La République tchèque se concentre aussi à l'implémentation du tourisme social. Le gouvernement tchèque a désigné 100 millions CZK pour les subventions pour les entrepreneurs qui viennent avec un projet visant à élargir les possibilités de voyage pour les personnes défavorisées.

Dans la stratégie du tourisme social de la République tchèque plus concrète, il existe aussi un nouveau projet spécialisé pour les gens plus âgés, pour lesquels le gouvernement tchèque assure les prestations de vacances jusqu'à 150 euros pour les retraités de plus de 55 ans, s'ils achètent un séjour de vacances en Espagne hors de la saison principale. La coopération étrangère entre la République tchèque et l'Espagne est évaluée positivement, par contre il faut déterminer les critères soigneusement pour éviter l'utilisation abusive des subventions – les voyages doivent être réalisés hors de la saison et ils doivent être adressés aux bénéficiaires finaux et non pour les entrepreneurs dans le tourisme afin de ne pas violer les règles de la concurrence. Il faut aussi prendre en conscience les spécificités de chaque pays, telles que des limites différentes de nécessité sociale, etc. Par contre, ce projet pourrait donner une chance pour la République tchèque en développant le tourisme intérieur et non seulement pour les vacances à l'étranger.

7.2.1.6 Le GeoCaching

Le GeoCaching est une nouvelle forme de tourisme non traditionnelle, qui enregistre le développement dynamique dans le monde. C'est une combinaison de « Geo » provenant de géographie et « Caching » (cacher) de l'action de cacher quelque chose (autrement dit un trésor). Le GeoCaching représente en jeu d'aventure, c'est une activité sportive avec les aspects de navigation et de chasse aux trésors. Le GeoCaching est une activité touristique, de navigation et en plein air, dont le but principal est de trouver selon les coordonnées géographiques précisées et GPS boîtes cachés, c'est-à-dire les cachettes, qui contiennent un carnet⁹⁸ et éventuellement des objets sur l'échange. Cette activité gagne chaque année de plus en plus de participants dans les différents états du monde. Ses origines commencent aux États-Unis et il s'est diffusé dans toute l'Europe, y compris la République tchèque.

Pour obtenir les coordonnées géographiques, vous devez vous inscrire sur le site web GeoCaching.com, sur lequel on enregistre les cachettes trouvées.

L'accroissement des participants du GeoCaching est causé surtout par les prix de GPS moins cher et le désir humain de chercher et découvrir un trésor et la joie de la conquête d'un défi. Ce que concerne le secteur du tourisme, le GeoCaching gagne de plus en plus sur son importance. Le GeoCaching comme une forme de tourisme est associé aux ressources naturelles et à la culture et l'histoire d'un pays. La cachette est généralement cachée vers les attractions naturelles ou culturelles afin de découvrir non seulement les cachettes, mais aussi les attractions locales.

⁹⁸ Logbook est le nom officiel d'un carnet qui est caché dans une cachette et sur laquelle les participants du GeoCaching enregistrent la découverte d'une cachette, ainsi que les objets auxquels ils ont échangé (jouets, stylos, partes, pièces de monnaie, petits livres, outils, bibelots, anneaux pour clés, carte d'appel, etc.). Par contre, quelques objets ne sont pas déterminés à emporter, c'est-à-dire un « auto-stoppeur » (en anglais trackables), ce sont les articles, dont il faut transférer d'une cachette à une autre. Ils existent deux formes de l'auto-stoppeur – travel bug et geocoin. Le travel bug peut être n'importe quel objet auquel il est attaché une plaque d'identification gravée avec un code unique. Le geocoin est une pièce de métal qui est aussi marquée avec un code d'identification. Le voyage des travel bugs et geocoins sont surveillés sur l'Internet.

Conclusion

Le tourisme crée une part inséparable de nos vies depuis toujours. Les hommes ont toujours voyagé pour les raisons différentes, comme par exemple pour les migrations de supplément, conquêtes militaires, échanges commerciaux, pèlerinages religieux. Le concept historique du tourisme est apparu à la fin du XVIIe siècle en Angleterre, car c'étaient surtout les aristocrates anglais qui ont inventé la plupart des pratiques touristiques qu'on pratique dans l'époque contemporaine comme par exemple le tourisme culturel ou le tourisme thermal. Par le développement continu des activités touristiques, le tourisme actuel est devenu un loisir de masse, sans lequel la plupart des gens ne peuvent plus imaginer leurs vies.

Le tourisme est un phénomène social. L'activité touristique de la population d'un pays de référence détermine son niveau de vie, les destinations se déclinent selon les classes de la société et les saisons et cela mène à la création d'une carte géographique-sociale qui est sans cesse modifiée.

Par contre, par rapport au but de ce mémoire, il fallait de décrire le secteur du tourisme comme un des acteurs principaux de l'économie nationale en général, surtout son impact sur les indicateurs du produit intérieur brut, de l'emploi et de la balance des paiements et prouvant son importance dans l'économie de chaque pays.

On a bien prouvé que le tourisme crée une grande part des revenus dans le budget national, surtout de la vente des produits et services touristiques, ce que influence particulièrement le montant du produit intérieur brut. Dans le développement de cet indicateur économique, tous les pays de l'Union Européenne, alors aussi la République tchèque et la France, ont présenté les chiffres quasi stables, sauf les années 2008 – 2009, dont 2008 a été un certain point culminant de la crise mondiale, qui a frappé plus ou moins tous les secteurs économiques.

En ce qui concerne la balance des paiements, en observant cet indicateur économique, les états sont capables de comparer la relation du tourisme avec les autres industries nationales et évaluer sa position dans l'économie nationale, aussi bien comme déterminer sur quel services touristiques il faut se concentrer, comme par exemple dans le cas de la République tchèque où en 2009 on a enregistré les facteurs négatifs de la

diminution du revenu net des services dans le domaine du transport international des produits et personnes, particulièrement dans le cas du transport aérien.

Le tourisme enrichit l'économie nationale également grâce aux investissements étrangers qui contribuent à l'augmentation de la compétitivité de l'économie d'un pays de référence, par exemple dans le cas de la République tchèque, la valeur de marché totale du capital fixe atteint 41,8 mld. CZK, en relation avec le capital fixe atteint en total, la part du tourisme sur sa création fait 4,7 % en 2009.

Il est bien évident, que non seulement en République tchèque, mais aussi en France, le tourisme a une position importante qu'il faut constamment développer.

L'Union Européenne a pris certaines décisions pour l'augmentation de l'attraction du tourisme européen, car ses états membres se sont rendu compte de l'importance de ce secteur, dont développement devrait être l'un des points principaux de stratégie de chaque pays, parce que c'est lui qui contribue à l'augmentation du produit intérieur brut, mais aussi bien les revenus du tourisme étranger contribuent à la réalisation au solde positif de la balance des paiements. Le rapport entre le secteur du tourisme et le produit intérieur brut et le secteur du tourisme et la balance des paiements d'un pays nous démontre la nécessité de l'accroissement de la qualité de l'offre touristique afin d'attirer plus de visiteurs étrangers et d'offrir plus de possibilités non seulement pour les touristes qui viennent en long séjour, mais aussi pour les touristes traversants. En outre, l'objectif de ces programmes touristiques n'est pas seulement l'accroissement des revenus de tourisme étranger, mais elle a aussi un certain aspect social, car le tourisme dispose des contributions économiques, ainsi que sociales. Parmi ces projets on peut citer par exemple le projet « *Calypso* », dont le but principal est le développement du tourisme social et facilitant l'accessibilité du tourisme pour tous.

Par contre, il faut se rendre compte que cela devrait être surtout la stratégie de chaque pays particulier pour augmenter l'attraction de leurs destinations touristiques pour faire venir plus de touristes. Chaque pays doit adapter l'offre touristique afin de satisfaire les besoins de leurs visiteurs, en même temps, ils doivent de se conformer au comportement changeant des touristes, car tous nos besoins et désirs s'évoluent et exigent la plus haute qualité. En d'autres termes, ce sont surtout les états particuliers qui doivent encourager la population à s'intéresser plus au tourisme, faciliter voyager pour les gens des groupes

économiquement faibles, relever non seulement la qualité des produits et services du tourisme, mais aussi bien le contrôle de la protection des consommateurs des produits et services du tourisme.

Néanmoins, le secteur du tourisme est également un créateur d'emplois significatif même si le caractère de quelques emplois est assez spécifique, surtout par rapport à la saisonnalité de quelques activités touristiques, ce que cause la déstabilisation du marché de travail et non seulement par la saisonnalité, mais également par l'évaluation financière diverse, le recrutement des autres secteurs, etc. Cependant, le tourisme est un secteur dans lequel la plupart des emplois rendre possible de trouver un travail sans aucune qualification, surtout dans l'hôtellerie ou dans la restauration, mais aussi bien dans les métiers comme le guidage, délégués des agences de voyages, etc., particulièrement en République tchèque. Ce fait est une conséquence de l'absence du cadre légal régissant les emplois touristiques, surtout ceux qui devraient exiger une certification pour effectuer cette activité. La certification des certains types d'emplois pourrait mener à l'augmentation de la qualité des services offerts.

Lors de la rédaction de ce mémoire de maîtrise, on a découvert le fait que les statistiques concernant le secteur du tourisme se limitent à la création des comptes satellites du tourisme de chaque pays. Le compte satellite du tourisme est, après les « *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme* », le deuxième ensemble de recommandations sur les statistiques du tourisme élaboré sur la base du système de comptabilité nationale. Les deux documents sont en conformité l'un avec l'autre et fournissent un cadre conceptuel pour mesurer et analyser le tourisme en tant qu'activité économique. Il sert pour l'observation du développement du tourisme en évaluant les résultats des années précédentes.

Le compte satellite du tourisme de chaque pays devrait estimer l'activité touristique entière et son développement et de cette façon également sa contribution totale pour l'économie nationale. Dans ce cas, les comptes satellites remplacent les statistiques nationales qui se sont concentrées seulement sur certains aspects du tourisme, comme par exemple nombre de touristes arrivés, nombre de nuitées dans les établissements d'hébergements, etc. D'autre part, le compte satellite du tourisme est capable de mesurer d'autres valeurs même des secteurs qui sont liés au tourisme que partiellement, comme par exemple des sociétés d'assurances fournissant les assurances de voyage, etc.

Par contre, le problème reste sur l'inachèvement de compte satellite du tourisme qui en cas de la République tchèque, ainsi qu'en France va seulement jusqu'à l'année 2007. Les statistiques de quatre derniers ans ne sont pas encore établies, ce que limite sa valeur d'information.

Le tourisme est un des secteurs qui se développent le plus rapidement dans chaque pays, car il est créé par les besoins des clients profitant d'une nouvelle possibilité de mobilité (surtout dans le cas de la République tchèque) qui a été rendue facile non seulement par enlèvement de l'obligation de visa dans le cadre de l'Union Européenne, mais aussi par les changements politiques dans les années 1990. Le tourisme ne contribue pas seulement au développement de la destination, mais aussi au développement de la population locale et grâce à ce développement le secteur touristique contribue à l'augmentation de la qualité des produits et services touristes qui reflètent le niveau économique d'un pays de référence. De ce fait, il est encore nécessaire de créer de nouvelles formes du tourisme afin de répondre aux nouvelles exigences, comme par exemple le phénomène de tourisme de golf, écotourisme ou GeoCaching qui contribuent à la prospérité de la population qui s'engage dans les activités du tourisme ainsi qu'au développement économique de chaque pays qui ont adopté les principes du tourisme social et qui assimilent continuellement leurs environnements aux besoins des touristes.

Résumé en français

Le but de ce mémoire de Master est d'analyser l'impact du tourisme sur l'économie nationale de la République tchèque en comparaison avec la République française et sa politique dans le secteur du tourisme. Ce mémoire analyse surtout la capacité du tourisme d'influencer les indicateurs économiques les plus principaux.

La partie théorique se concentre sur l'explication des notions de la base qui viennent du domaine du tourisme, elle explique les phénomènes qui mènent au développement du tourisme comme par exemple la mondialisation, la régionalisation, etc. et elle se concentre sur les organisations internationales qui dirigent ce domaine.

La deuxième partie parle du développement historique du tourisme en République tchèque après l'année 1989 jusqu'à l'époque contemporaine et elle le compare avec le développement du tourisme en France.

La troisième partie s'oriente vers la situation économique contemporaine dans le secteur du tourisme, particulièrement vers sa participation à la création de produit intérieur brut. Elle décrit les mesures planifiées qui ont été établies dans le cadre du tourisme au niveau national de la République tchèque et aussi bien au niveau de l'Union Européenne. En outre, cette partie analyse son impact à l'augmentation de taux d'emplois, ou plutôt à la diminution de chômage et les certaines spécialités concernant les postes de travail dans le tourisme. Le tourisme fait également une partie inséparable de flux des revenus de devises dans le cadre de la balance des paiements qui est aussi incluse dans ce mémoire.

L'autre partie contient la description du compte satellite du tourisme et la raison de sa création. Elle se concentre aux tableaux particuliers et à la problématique de sa mesure.

Le chapitre parle traite des nouvelles tendances dans le tourisme et de ses nouvelles formes.

Résumé česky

Cílem diplomové práce je zanalyzovat celkový vliv cestovního ruchu na národní hospodářství České republiky v komparaci s Francouzskou republikou a její politikou v oblasti cestovního ruchu. Především analyzuje schopnost turismu ovlivňovat hlavní agregátní národohospodářské ukazatele.

Teoretická část se zaměřuje na výklad základních pojmů z oblasti turismu, vysvětluje fenomény, které vedou k rozvoji turismu jako např. globalizace, regionalizace apod. a zaměřuje se na mezinárodní organizace zastřešující tuto oblast.

Druhá část pojednává o historickém vývoji cestovního ruchu v České republice po roce 1989 až do současnosti a porovnává jej s vývojem cestovního ruchu ve Francii.

Třetí část se orientuje na současnou ekonomickou situaci cestovního ruchu, především na jeho účast na tvorbě hrubého domácího produktu. Popisuje plánovaná opatření přijatá v rámci turismu jak na úrovni České republiky, tak na úrovni Evropské unie. Dále analyzuje jeho podíl na zvyšování zaměstnanosti, respektive snižování nezaměstnanosti a na určité specifikace týkající se pracovních míst v cestovním ruchu. Cestovní ruch rovněž tvoří nedílnou součást přílivu devizových příjmů v rámci platební bilance, která je rovněž zahrnuta v této diplomové práci.

Další část tvoří popis satelitního účtu cestovního ruchu a smysl jeho vzniku. Zaměřuje se na jeho jednotlivé položky a problematiku měření.

Závěrečná kapitola pojednává o nových tendencích v cestovním ruchu a o jeho nových formách.

Abréviations utilisées

CET	Commission Européenne du Tourisme
CMTV	Conseil Mondial du Tourisme et des Voyages
ČSÚ	Český statistický úřad
FEC	Fédération Européenne des Cyclistes
FMI	Fond Monétaire International
IDE	Investissements directs étrangers
INSEE	Institut National de la Statistique et des Études Économiques
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Économique
OIT	Organisation Internationale du Travail
OITS	Organisation Internationale du Tourisme Social
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
ONU	Organisation des Nations Unies
PIB	Produit intérieur brut
PPP	Partenariat public-privé
SRAS	Syndrome respiratoire aigu sévère
TGV	Train à grande vitesse
TVA	Taxe à valeur ajoutée
UE	Union Européenne
UNESCO ...	L'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture

Annexes

Annexe 1 : Les pistes cyclables reconnues par la Fédération Européenne des Cyclistes

Nombre d'itinéraire	Nom d'itinéraire	Passages par ces villes	Par ces pays	Km
EV1	Route de la Côte Atlantique	Cap Nord (EV7, EV11) - Côte norvégienne - Trondheim (EV3) - Bergen (EV12) - Aberdeen (EV12) - Inverness (EV12) - Glasgow - Stranraer - Belfast - Galway (EV2) - Cork - Rosslare - Fishguard - Bristol (EV2) - Plymouth - Roscoff (EV4) - Nantes (EV6) - La Rochelle - Burgos (EV3) - Salamanque - Sagres	Norvège, Grande-Bretagne, Irlande, France, Espagne, Portugal	8186
EV2	Route des Capitales	Galway (EV1) - Dublin - Holyhead - Bristol (EV1) - Londres (EV5) - Harwich - Rotterdam - La Haye - Münster (EV3) - Berlin (EV7) - Poznań (EV9) - Varsovie (EV11) - Minsk - Moscou	Grande-Bretagne, Hollande, Allemagne, Pologne, Biélorussie, Russie	5500
EV3	Route du Pèlerin	Saint-Jacques-de-Compostelle - Leon - Burgos (EV1) - Bordeaux - Tours (EV6) - Orléans (EV6) - Paris - Namur (EV5) - Aix-la-Chapelle (EV4) - Münster (EV2) - Hambourg (EV12) - Odense (EV10) - Viborg - Frederikshaven (EV12) - Göteborg (EV12) - Oslo - Roros - Trondheim (EV1)	Espagne, France, Belgique, Allemagne, Danemark, Suède, Norvège	5122
EV4	Roscoff-Kiev	Roscoff (EV1) - la côte atlantique française - le Havre - Calais (EV5) - Middelburg - Aix-la-Chapelle (EV3) - Bonn - Francfort - Prague (EV7) - Brno (EV9) - Cracovie (EV11) - Lvov - Kiev	France, Belgique, Allemagne, République Tchèque, Pologne, Ukraine	4000
EV5	Via Romea Francigena (pèlerinage sur la Via Francigena)	Londres (EV2) - Cantorbéry - Calais (EV4) - Bruxelles - Namur (EV3) - Luxembourg - Strasbourg - Bâle (EV6) - Luzerne - Milan - Piacenza (EV8) - Parme - Florence (EV7) - Siene - Rome (EV7) - Brindisi	Grande-Bretagne, France, Belgique, Luxembourg, Suisse, Italie	3900
EV6	L'Océan Atlantique vers la Mer Noire (itinéraire des fleuves)	Nantes (EV1) - Tours (EV3) - Orléans (EV3) - Nevers - Chalon-sur-Saône - Bâle (EV5) - Passau - Ybbs (EV7) - Linz - Vienne (EV9) - Bratislava - Budapest - Belgrade (EV11) - Bucarest - Constanta	France, Suisse, Allemagne, Autriche, Slovaquie, Hongrie, Serbie, Roumanie	3653
EV7	Route de l'Europe Moyenne	Cap Nord (EV1, EV11) - Haparanda (EV10) - Sundsvall (EV10) - Suède Centrale - Copenhague (EV10) - Gedser - Rostock (EV10) - Berlin (EV2) - Prague (EV4) - Ybbs (EV7) - Salzbourg - Mantua (EV8) - Bologne - Florence (EV5) - Rome (EV5) - Naples - Syracuse - Malte	Norvège, Suède, Danemark, Allemagne, République Tchèque, Autriche, Italie, Malte	6000
EV8	Route Méditerranéenne	Cardiz - Malaga - Almeria - Valence - Barcelone - Le Monaco - Piacenza (EV5) - Mantua (EV7) - Ferrare - Venise - Trieste (EV9) - Rijeka - Fente - Dubrovnik - Tirana - Patras - Athènes (EV11)	Espagne, France, Monaco, Italie, Slovénie, Croatie, Montenegro, Albanie, Grèce	5388
EV9	Mer Baltique vers la Mer Adriatique	Danzig (EV10) - Poznań (EV2) - Olomouc - Brno (EV4) - Vienne (EV6) - Maribor - Ljubljana - Trieste (EV8) - Pula	Pologne, République Tchèque, Autriche, Slovénie, Italie,	1930

	(itinéraire ambre)		Croatie	
EV10	Route cyclable de la Mer Baltique (circuit Hansa)	St Pétersbourg - Helsinki (EV11) - Vaasa - Oulu - Haparanda (EV7) - Sundsvall (EV7) - Stockholm - Ystad - Malmö - Copenhague (EV7) - Odense (EV3) - Rostock (EV7) - Danzig (EV9) - Kaliningrad - Riga - Tallinn (EV11) - St Pétersbourg	Russie, Finlande, Suède, Danemark, Allemagne, Pologne, Lituanie, Lettonie, Estonie	7930
EV11	Route Est- Européenne	Cap du Nord (EV1, EV7) - les lacs finlandais - Helsinki (EV10) - Tallinn (EV10) - Tartu - Vilnius - Varsovie (EV2) - Cracovie (EV4) - Kosice - Belgrade (EV6) - Skopje - Thessaloniki - Athènes (EV8)	Norvège, Finlande, Estonie, Lettonie, Lituanie, Pologne, Slovaquie, Hongrie, Serbie, Macédonie, Grèce	5964
EV12	Route cyclable de la Mer du Nord	Bergen (EV1) - Stavanger - Kristiansand - Göteborg (EV3) - Varberg - Grenaa - Frederikshaven (EV3) - Hirtshals - Esbjerg - Hambourg (EV3) - la Haye (EV2) - Rotterdam - Harwich (EV2) - Kingston upon Hull - Newcastle - Édinbourg - Aberdeen (EV1) - Inverness (EV1) - Thurso - Orcades - Shetland - Bergen (EV1)	Norvège, Suède, Danemark, Allemagne, Hollande, Grande- Bretagne	5932

Annexe 2 : *La marque officielle de la certification nationale du projet « Cyclistes bienvenus »*



Annexe 3 : *Le logo officiel du programme EDEN – European Destinations of Excellence « Destinations Européennes d'Excellence »*



Annexe 4 : *Le logo officiel de l'Organisation Internationale du Tourisme Social*



Annexe 5 : *Le logo officiel de la Fédération Européenne des Cyclistes*



Annexe 6 : *Le logo de l'Organisation Mondiale du Tourisme*



Annexe 7 : *Le logo officiel de la Centrale du tourisme de la République tchèque
CzechTourism*

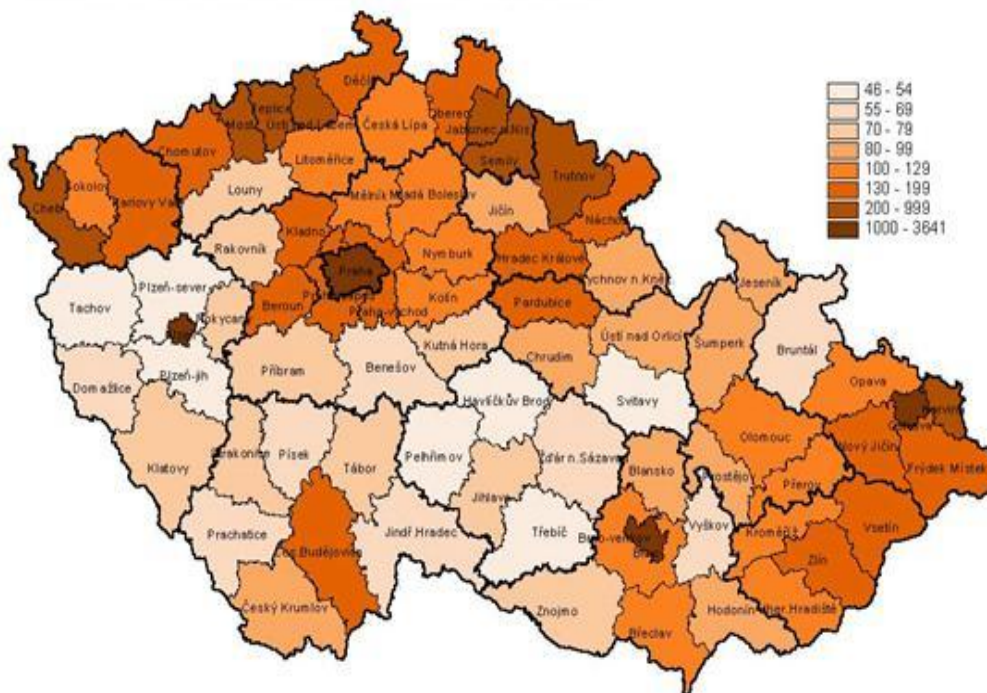


Annexe 8 : Le logo officiel de l'Agence de développement touristique de la France

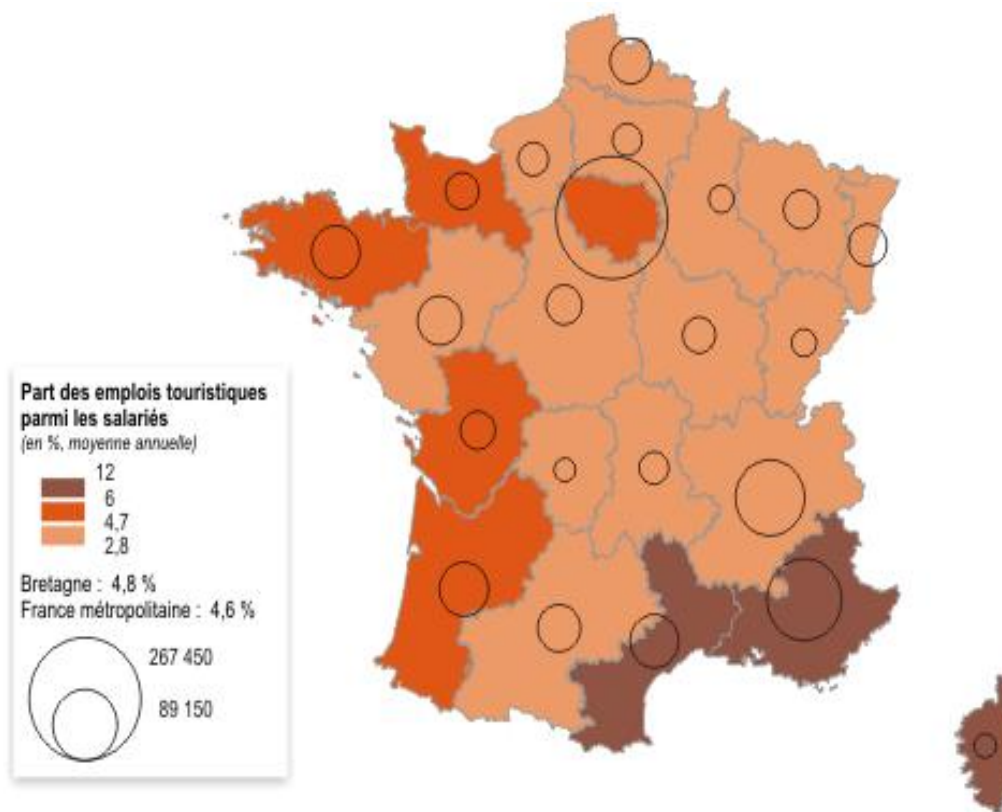
Atout France



**Annexe 9 : Nombre d'entreprises dans le secteur du tourisme
par région en République tchèque**



Annexe 10 : L'emploi salarié touristique par région en France



Anotace

Jméno a příjmení:	Kateřina ČAKLOVÁ
Katedra:	Romanistiky na FF UP v Olomouci
Název práce:	Tourisme et son impact sur l'économie nationale
Vedoucí práce:	Doc. Mgr. Jaromír KADLEC

Počet stran:	94
Počet slov/znaků:	32 879/185 091
Počet příloh:	10
Počet titulů použité literatury:	30
Klíčová slova:	Tourisme Produit intérieur brut Emplois Balance des paiements Compte satellite du tourisme
Charakteristika:	Diplomová práce si klade za cíl analyzovat vliv cestovního ruchu na národní hospodářství v České republice v komparaci se situací v oblasti cestovního ruchu ve Francouzské republice. Teoretická část práce se zabývá základními pojmy cestovního ruchu, mezinárodními institucemi, které zastřešují tuto oblast a historickým vývojem cestovního ruchu v České republice a ve Francii. Praktická část analyzuje jeho vliv na tvorbu hrubého domácího produktu, jeho význam při zvyšování zaměstnanosti, resp. snižování míry nezaměstnanosti a jeho spoluúčasti na zvyšování příjmů platební bilance. Dále se zabývá statistickým měřením turismu prostřednictvím satelitního účtu cestovního ruchu. Poslední kapitola se zaměřuje na faktory ovlivňující vývoj cestovního ruchu a na rozvoj nových forem volnočasových aktiv v oblasti turismu.

Bibliographie

Ouvrages

- [1] BOUTON, B., GAULON, P., GAUTHY-SINÉCHAL, M., JOSPIN-PERNET, N., TOYE, N. *Marketing: L'Essentiel pour comprendre, décider, agir*. Bruxelles: De Boeck & Larcier, s. a., 2006. 555 pages. ISBN 2-8041-4954-4.
- [2] D'AGOSTINO, S., DEUBEL, P., MONTOUSSÉ, M., RENOUEAU, G. *Dictionnaire de sciences économiques et sociales*. Rosny: Bréal, 2008. 576 pages. ISBN 978-2-7495-0512-1.
- [3] DE LA ROCHEFOUCAULD, B. *L'Économie du tourisme*. Rennes: Bréal, 2007. 288 pages. ISBN 978-2-7495-0678-4.
- [4] ELLUL, A. *Tourisme et environnement dans les pays européens*. Strasbourg: Conseil de l'Europe, 1996. 129 pages. ISBN 92-871-3087-6.
- [5] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2009. 288 pages. ISBN 978-80-247-3247-3
- [6] KUNC, J., ŠAUER, M., TONEV, P., VYSTOUPIL, J. *Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 – 2009. Urbanismus a teritoriální rozvoj*. Brno : Ústav územního rozvoje, 2010. 16 pages. ISSN 1212-0855.
- [7] MARTY, F., VOISIN, A., TROSA, S. *Le Partenariats public-privés*. Paris: La Découverte, 2006. 122 pages. ISBN 2-7071-4655-2.
- [8] PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2011. 221 pages. ISBN 978-80-247-3750-8.

Sites Internet

- [9] <http://www.atout-france.fr>
- [10] <http://www.cnb.cz>
- [11] <http://www.credoc.fr>
- [12] <http://www.czechtourism.cz>
- [13] <http://www.czso.cz>
- [14] <http://ec.europa.eu>
- [15] <http://www.economie.gouv.fr/>

- [16] <http://www.insee.fr>
- [17] <http://www.mmr.cz>
- [18] <http://www.tourisme.gouv.fr>
- [19] <http://www.un.org>
- [20] <http://veilleinfotourisme.fr>
- [21] <http://wttc.org>

Articles et publications électriques

- [22] BOHATOVÁ, M. *Devizové příjmy z cestovního ruchu rostou*. Ihned.cz [en ligne]. 2009-12-19. Disponible sur le site Internet :
<http://life.ihned.cz/cestovani/c1-22642700-devizove-prijmy-z-cestovniho-ruchu-rostou>
- [23] BOHATOVÁ, M. *Návštěvnost ČR v roce 2007 : více příjezdů, méně přenocování*. Ihned.cz [en ligne]. 2008-02-18. Disponible sur le site Internet :
http://life.ihned.cz/cestovani/c1-22983890-on-zahrani%E8n%EDch+turist%F9-000000_d-78
- [24] *Cestovní ruch v regionech České republiky*. CzechTourisme. [en ligne]. Ostrava : Entreprise plc, s. r. o. Disponible sur le site Internet :
http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf
- [25] HOIBIAN, S. *Vacances 2010 : Les contraintes financières favorisent de nouveaux arbitrages* [en ligne]. Paris : CRÉDOC, 2010. Disponible sur le site Internet :
http://www.credoc.fr/pdf/Sou/vacances_ete_2010.pdf
- [26] LEJSEK, Z. *Satelitní účet cestovního ruchu v České republice : historie, současnost, perspektiva*. Plzeň : Ústav územního rozvoje, 2009 [en ligne]. Disponible sur le site Internet :
<http://panda.hyperlink.cz/cestapdf/pdf09c5/lejsek.pdf>
- [27] LÉVY, B. *Impact de la crise financière et économique dans le secteur du tourisme et comparaison avec les autres pays européens*. Disponible sur le site Internet :
http://www.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.util.LectureFichiergw?ID_FICHER=109817

[28] *Restauratéri : Nižší DPH může zachránit 9100 pracovních míst*. Peníze.cz [en ligne]. 2009-04-01. Disponible sur le site Internet :

<http://www.penize.cz/duchody-a-davky/51343-restaurateri-nizsi-dph-muze-zachranit-9100-pracovnich-mist>

[29] RUIZ, G., WARNET, C. *Le poids économique et social du tourisme* [en ligne]. Paris : Conseil national du tourisme, 2010. Disponible sur le site Internet :

<http://www.tourisme.gouv.fr/cnt/publications/poids-economique-social-du-tourisme.pdf>

[30] SAINT-MICHEL, S. *Tourisme : La stratégie marketing de destination France : Objectifs et opportunités à saisir : cibler les clients à forte création de valeur*. Marketing Professionel.fr [en ligne]. Disponible sur le site Internet :

<http://www.marketing-professionnel.fr/breve-wp/tourisme-strategie-marketing-destination-france.html>