

Conseil exécutif

Quatre-vingt-dixième session
Mombasa (Kenya), 19-21 juin 2011
Point 8 de l'ordre du jour provisoire

CE/90/8
Madrid, mai 2011
Original: anglais

Rapport d'avancement sur l'étude 2030

1. Contexte

Le projet d'étude de l'OMT *Le tourisme à l'horizon 2030* s'inscrit dans la prolongation du travail que cette institution avait entrepris dans les années 90 dans le domaine des prévisions à long terme pour :

- aider ses membres à formuler des politiques et des plans stratégiques à long terme ;
- offrir un point de repère mondial sur les perspectives de développement du tourisme ;
- renforcer son rôle de chef de file pour tout ce qui a trait au tourisme ;
- disposer de références pour ses documents stratégiques, son programme de travail et ses activités.

Le dernier travail réalisé par l'OMT dans ce domaine, *Tourisme : Horizon 2020*, élaboré à la fin des années 90 et publié en 2001, prenait 1995 comme année de base. Cette étude est devenue une référence mondiale en matière de prévisions touristiques internationales pour les membres de l'OMT (États membres, Membres associés et Membres affiliés), la communauté touristique internationale (y inclus les gouvernements régionaux, le secteur privé, le monde universitaire, les cabinets de consultants et d'autres), les médias et le public en général.

Le projet de l'OMT *Le tourisme à l'horizon 2030* (dont l'intitulé définitif reste à approuver) a pour buts d'actualiser les projections jusqu'en 2030 et d'enrichir les prévisions d'une vue d'ensemble sur les facteurs sociaux, politiques, économiques et technologiques qui ont façonné le tourisme dans le passé et qui devraient pousser son développement et sa croissance à l'avenir. Grâce à une perspective historique, étayée par des commentaires sur les étapes du tourisme et l'évolution d'indicateurs économiques clés se rapportant au tourisme (comme le PIB, les congés payés, etc.), il sera plus aisé d'interpréter les tendances touristiques sous une perspective à long terme. L'examen des facteurs essentiels qui détermineront l'expansion du tourisme dans les prochaines décennies permettra de mieux cibler les points saillants de l'agenda du développement touristique dans le monde. Une partie de l'analyse mettra également en lumière les relations entre divers indicateurs touristiques (comme les Arrivées de touristes internationaux, les Voyages, etc.), offrant ainsi une référence mondiale pour évaluer les volumes touristiques totaux (en incluant par exemple des estimations du tourisme interne).

2. État des connaissances du projet

L'étude de l'OMT *Le tourisme à l'horizon 2030* a officiellement commencé en 2008, lorsque la société Trajectory a été choisie comme partenaire d'étude sur une liste de 6 candidats sélectionnés parmi les 10 entreprises qui avaient manifesté leur intérêt pour le projet. Plusieurs examinateurs avaient

participé à cette procédure de sélection en deux étapes et estimé que la qualité de la proposition détaillée de Trajectory était la meilleure.

L'irruption de la crise financière de 2009 entraîna la décision de reporter la date limite de publication, initialement fixée en 2009. En effet, pendant une année aussi chaotique, les Membres avaient bien plus besoin d'informations sur l'actualité et le développement du tourisme à court terme que sur des horizons lointains. Par ailleurs, la participation intense aux activités du Comité de relance du tourisme avait détourné d'importantes ressources de l'équipe Tendances du tourisme et stratégies de marketing et obligé à trouver des compromis sur les projets dont cette équipe pouvait réellement se charger compte tenu des priorités du Secrétariat.

Après une crise, lorsque la planification sur le long terme l'emporte sur les réactions immédiates, il est normal que les Membres et le public en général réservent un meilleur accueil à une publication sur le développement touristique à long terme. Celle-ci doit être de qualité, porter sur toutes les régions du monde et se référer à une longue période. Par conséquent, compte tenu du surcroît d'efforts et de travail devant être consenti, on estime qu'une première présentation des résultats pourrait avoir lieu au cours du deuxième trimestre 2011, dix ans après la publication de la première étude. Les prévisions quantitatives sont actuellement actualisées avec les données de 2010 pour que les projections soient basées sur une année plus 'normale'.

3. Contenu et production

Le contenu du projet de l'OMT *Le tourisme à l'horizon 2030* sera divisé en plusieurs rapports qui présenteront les prévisions à long terme et les analyses de l'OMT avec une portée géographique différente et divers niveaux de détail. Le projet aboutira à un ensemble de publications tirées d'un même contenu, à savoir :

- a) *Rapport de l'OMT sur le tourisme à l'horizon 2030 – Résumé* : document allégé, concis (contenu extrait du Panorama mondial) qui présentera les chiffres clés et les principales tendances du développement touristique jusqu'en 2030, à l'échelon du monde ;
- b) *Rapport de l'OMT sur le tourisme à l'horizon 2030 – Panorama mondial* : étude exhaustive sur le développement du tourisme jusqu'en 2030, à l'échelon du monde (voir tableau 1) ;
- c) *Rapport de l'OMT sur le tourisme à l'horizon 2030 – Rapports régionaux* (Afrique/Moyen-Orient, Amériques, Asie Pacifique, et Europe) : ensemble de 4 études sur le développement touristique des régions jusqu'en 2030, avec des informations synthétiques sur les tendances (sections 2, 3 et 5 du tableau 1) et des prévisions (sections 4.1 et 4.2 du tableau 1) à l'échelon mondial, une présentation détaillée des projections régionales et des tendances clés (section 4.3 du tableau 1), et l'analyse des opportunités et des menaces (SWOT) de chaque région.

4. Résultats préliminaires

Pour quantifier les prévisions, nous avons élaboré un modèle dont les variables indépendantes sont la croissance du PIB (en tant que variable indicative de la richesse des voyageurs et du potentiel des voyages d'affaires) et le coût des voyages. Ce modèle a été testé sur d'anciennes séries de données.

Nous avons fondé les projections sur une matrice de séries de données relatives aux arrivées de touristes internationaux de 1980 à 2010 comportant les 3 dimensions suivantes :

- 17 sous-régions de destination (dont 5 peuvent être subdivisées en économies avancées/émergentes) => total 22
- 5 régions d'origine
- 2 moyens de transport : aérien versus surface

Il existe donc théoriquement $22 \times 5 \times 2 = 220$ flux. Une partie de ceux-ci étant négligeable (comme les voyages de surface entre la plupart des régions), nos prévisions se concentrent finalement sur quelque 140 flux individuels et nous pouvons présenter les résultats de diverses façons : par (sous-) région d'arrivée ; par région de départ ; en distinguant économies avancées et économies émergentes ; selon que le mode de transport est de surface ou aérien ; selon que le flux se réalise dans une même région ou entre des régions, etc. et croiser toutes ces possibilités.

Les principaux résultats en deux mots :

- Les arrivées de touristes internationaux devraient continuer d'augmenter dans le monde, mais à un rythme plus modéré, allant de 4,1% par an (1995-2020) à une fourchette de 3,0% à 3,5% (2010-2030), avec un ralentissement progressif dans le temps. Ce résultat se doit à quatre facteurs :
 - o des volumes de base plus élevés ;
 - o une croissance inférieure du PIB ;
 - o une moindre élasticité entre voyages et PIB ;
 - o des coûts de transport non plus en baisse mais en hausse.
- L'Asie-Pacifique, le Moyen-Orient et l'Afrique connaîtront les taux de croissance les plus élevés et verront que leur part sur l'ensemble des arrivées continuera d'augmenter, tandis que celle de l'Europe et des Amériques reculera de nouveau (principalement en raison d'une croissance plus modérée de l'Amérique du Nord).
- En pourcentages, c'est en Asie du Nord-Est et en Asie du Sud que l'on trouvera la croissance la plus rapide des arrivées tandis que la plus lente retombera sur l'Amérique du Nord et les Caraïbes.
- La part du transport aérien sur l'ensemble des voyages continuera d'augmenter mais à un rythme plus lent que les années précédentes.

Nous avons mené une analyse de sensibilité pour étudier l'impact qu'auraient, sur les prévisions, trois scénarios comportant différentes hypothèses de croissance du PIB et d'augmentation des frais de voyage. Cette analyse a montré que la croissance du PIB était une variable beaucoup plus puissante que celle du coût des voyages.

5. Chronologie, production, diffusion et communication

Notre objectif est de présenter officiellement les résultats à l'occasion de la dix-neuvième session de l'Assemblée générale, au dernier trimestre 2011. Auparavant, les résultats préliminaires du projet auront été soumis à la considération de la Direction de l'OMT.

Le tableau 2 présente les étapes conduisant au lancement des résultats finaux et des activités de communication s'en suivant. Celles-ci visent plusieurs buts : i) informer les Membres et les non-membres des publications et de leur contenu (promotion), ii) faire des résultats du projet la référence mondiale en matière de prévisions du tourisme (positionnement), iii) divulguer les résultats pour mettre en exergue le poids du tourisme dans l'économie mondiale (renforcement) et iv) débattre des résultats avec des organismes internationaux actifs dans des secteurs connexes au tourisme (resserrement des liens).

La stratégie de communication préliminaire élaborée avec le Programme Communications sera peaufinée et mise en œuvre en 2011 et 2012. Elle sera définitivement mise au point avec la Responsable de Communication de l'OMT, Sandra Carvao.

6. Voir au-delà de 2011

Le gros corpus d'informations collectées et produites dans le cadre du projet de l'OMT *Le tourisme à l'horizon 2030* ouvre la porte à un vaste chantier d'études sur les tendances à long terme. L'expérience de l'édition précédente montre que les informations tirées d'une étude isolée pourraient être utilisées plus efficacement si l'exercice de prévisions à long terme devenait une activité régulière du programme de travail. La production d'une publication prête à l'emploi sur le développement touristique à long terme nécessite sans aucun doute une rationalisation des contenus pour que ladite publication soit utilisable et réduire le délai entre la production et la vente. La richesse des informations collectées pourrait être utilisée de façon régulière pour réaliser des publications plus spécifiques, concernant par exemple l'élaboration d'indicateurs clés sur l'hébergement et le transport ou de produits spécifiquement touristiques. Si l'on perfectionnait le modèle de prévisions utilisé, on pourrait actualiser plus souvent les projections quantitatives. L'introduction d'une activité régulière de prévisions à long terme étendrait la portée des études menées par le programme dans le domaine des tendances, ce qui constitue bien, avec le marketing stratégique, le principal enjeu du programme.

Tableau 1 – Esquisse préliminaire du document de l'OMT *Le tourisme à l'horizon 2030 – Panorama mondial* (travail en cours)

Sec.	Titre	Contenu	Horizon temporel	Pages (app.)	Analyse
0	Remerciements			1	
1	Résumé		2010-2030	5	
2	Retour sur les débuts de la croissance du tourisme		1850-2010	13	
2.1		Étapes de l'histoire du tourisme	1850-1960	3	Commentaires sur les étapes du développement touristique
2.2		Un demi-siècle de croissance du tourisme de masse	1960-2010	10	Analyse longitudinale des indicateurs liés au tourisme.
3	Le tourisme dans le monde 1980-2010		1980-2010	12	
3.1		Déterminants clés influant sur la demande touristique internationale.		7	Analyse longitudinale des indicateurs économiques, des facteurs sociodémographiques (indicateurs corrélés au tourisme), des facteurs politiques et de l'innovation technologique.
3.2		Déterminants clés influant sur l'offre touristique.		5	Analyse qualitative des facteurs politiques et de l'innovation technologique.
4	Perspectives du tourisme 2010-2030		2010-2030	20	
4.1		Volumes touristiques mondiaux		3	Évaluation des relations entre les arrivées de touristes internationaux et le tourisme interne, et de l'impact économique du tourisme sur l'économie mondiale.
4.2		Tendances mondiales à l'horizon 2030		7	Commentaires et illustrations des prévisions mondiales (absolues, taux de croissance et parts de marché).
4.3		Tendances régionales clés à l'horizon 2030		10	Points culminants des tendances régionales (absolues, taux de croissance, parts de marchés) et possiblement pour des groupes spéciaux de pays (par ex, les pays méditerranéens).
5	Modificateurs de la donne, style de vie et attitudes		2010-2030	10	
5.1		Modificateurs de la donne		5	Analyse qualitative des modificateurs de la donne (par ex. la mondialisation, le changement climatique, l'économie verte, etc.) et de leurs retombées sur le tourisme.
5.2		Style de vie et attitudes vis-à-vis du tourisme		5	Analyse qualitative des tendances sociales et des changements d'attitudes envers le tourisme (par ex. morcellement des vacances, touristes expérimentés, etc.) et de leurs retombées sur le tourisme.
6	Annexes			6	
Total				67	

Tableau 2 – Activités de présentation interne et externe du projet de l'OMT Le tourisme à l'horizon 2030 et de ses résultats

	Calendrier	Événement	Contenu	Public	But	Communication (prél.)	
Présentation interne	10/2010	Réunion de l'équipe de Direction élargie	<ul style="list-style-type: none"> Réunion d'information en interne (contexte et structure du projet) Débat (calendrier de publication et promotion) 	Direction de l'OMT	<ul style="list-style-type: none"> Informar les membres du personnel de l'OMT de la structure du projet, de ses buts et de la stratégie de promotion 	Exposé	
	02/2011	Réunion interne	<ul style="list-style-type: none"> Présentation des résultats préliminaires (avant-première privée des prévisions) Collecte de données d'autres programmes 	Personnel de l'OMT	<ul style="list-style-type: none"> Partager en interne les résultats clés et les données préliminaires 	Exposé	
	04-05/ 2011	Réunions avec les Commissions régionales de l'OMT	Rapport sur l'état d'avancement	Membres des commissions régionales de l'OMT	<ul style="list-style-type: none"> Informar les membres de la teneur du projet, de ses buts et du calendrier de publication Recueillir commentaires et suggestions 	Exposé	
	06/2011	Conseil exécutif	Rapport sur l'état d'avancement	Membres du Conseil exécutif de l'OMT	Consolider les commentaires des commissions régionales et des membres du CE	Exposé	
Communication au public	10/2011 ou 11/2011	Assemblée générale	<ul style="list-style-type: none"> Le tourisme à l'horizon 2030, Panorama mondial (final, EN); 	Membres de l'OMT, Membres affiliés (publics, privés et universitaires), représentants d'ONT, d'autres institutions onusiennes et d'autres organisations internationales	Lancement officiel pour les Membres de l'OMT et le public en général	Interne : Présentation, rapports imprimés. Externe : RP, web, etc.	
	Publication du document de l'OMT <i>Le tourisme à l'horizon 2030, Panorama mondial</i> sur papier et en version électronique à la bibliothèque virtuelle de l'OMT et sur Infoshop						
	11/2011	Marché mondial du voyage	Le tourisme à l'horizon 2030, Panorama mondial et rapports régionaux (faits saillants)	Parties prenantes du tourisme et grand public	Promotion, positionnement	à déterminer	
	01/2012	FITUR	Le tourisme à l'horizon 2030, Panorama mondial	Parties prenantes du tourisme et grand public	Promotion, positionnement	à déterminer	
	03/2012	Forum mondial du tourisme (Andorre)	Le tourisme à l'horizon 2030: Panorama mondial et rapports régionaux	Membres de l'OMT, institutions onusiennes, partenaires et parties prenantes internationaux clés	Plateforme de divulgation des résultats (renforcement), positionnement, resserrement des liens avec des organismes internationaux	à déterminer	
03/2012	ITB	Le tourisme à l'horizon 2030 Panorama mondial	Parties prenantes du tourisme et grand public	Présentation, promotion, positionnement	à déterminer		
04-05/2012	Commissions régionales	Le tourisme à l'horizon 2030 Rapports régionaux (finaux, EN)	Membres de l'OMT	Plateforme de divulgation des résultats (renforcement) plus proche de la situation spécifique des régions, offrir un soutien en termes de savoir-faire en matière de planification à long terme, stimuler le débat.	à déterminer		
Les autres activités de présentation, de promotion et de positionnement à des événements et à des salons devront être décidées avec la Direction et le Programme Communications.							