

Faits saillants OMT du tourisme

Édition 2011

Pour plus de renseignements :

Section

Faits et Chiffres

www.unwto.org/facts

Au fil du temps, un nombre croissant de destinations se sont ouvertes et ont investi dans le développement touristique, faisant du tourisme moderne un moteur essentiel du progrès socioéconomique, grâce à la création d'emplois et d'entreprises, à l'amélioration des infrastructures et aux recettes réalisées à l'exportation.

Le tourisme récepteur est un service dont le commerce s'étend à l'échelle internationale et qui est devenu à ce titre un des principaux postes des échanges commerciaux. Au total, les recettes d'exportation produites par le tourisme récepteur, y compris celles du transport de personnes, ont dépassé un trillion de dollars EU en 2010, soit près de 3 milliards de dollars par jour. Les exportations touristiques représentent 30 % des exportations mondiales de services commerciaux et 6 % des exportations totales de biens et services. Globalement, en tant que poste des exportations, le tourisme se classe au quatrième rang derrière les carburants, les produits chimiques et les automobiles. Pour beaucoup de pays en développement, il constitue une des principales sources de revenus et la première catégorie d'exportation, créant des emplois et des débouchés plus que nécessaires.

La meilleure façon de mesurer l'importance du tourisme récepteur et interne dans l'économie des pays est à travers le document de 2008 intitulé *Compte satellite du tourisme (CST) - Recommandations concernant le cadre conceptuel*, approuvé par la Commission de statistiques des Nations unies. Il est en voie d'application dans beaucoup de pays, mais ces derniers sont relativement peu nombreux à produire des chiffres complets et comparables. Il ne fait aucun doute que les connaissances et l'expérience acquises avec la mise en place du CST aident à beaucoup mieux comprendre le rôle du tourisme dans l'économie partout dans le monde et permettent une approximation des indicateurs clés.

Ainsi, il en ressort des informations partielles communiquées par différents pays que la contribution du tourisme au produit intérieur brut (PIB) dans le monde est estimée à environ 5 %. Sa contribution à l'emploi tend à être relativement plus importante et représenterait entre 6 et 7 % du nombre total d'emplois (directs et indirects) dans le monde. Dans les économies avancées et diversifiées, la contribution du tourisme au PIB varie de quelque 2 % dans les pays où le secteur touristique est assez restreint, à plus de 10 % dans les pays où le tourisme constitue un des piliers de l'économie. Dans les petites îles et les pays en développement, ou dans certaines destinations régionales ou locales particulières où il représente une branche clé de l'économie, le tourisme tend à occuper une place encore plus grande.

Faits saillants OMT du tourisme est une publication de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) qui a pour objet de présenter un tour d'horizon des chiffres et des tendances du tourisme international pour l'année précédant l'année de publication. Pour obtenir des informations sur les chiffres et les tendances du tourisme à court terme, on se reportera au *Baromètre OMT du tourisme mondial* à l'adresse www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm.

L'organisation mondiale du tourisme (OMT), institution spécialisée des Nations Unies, est la principale organisation internationale du domaine ; elle joue un rôle décisif et central dans la promotion du développement d'un tourisme responsable, durable et accessible à tous. Elle remplit une fonction de tribune mondiale pour les questions de politique touristique et elle est une source d'informations pratiques sur le tourisme. Ses membres comprennent 154 pays, 7 territoires et plus de 400 membres affiliés.

Grandes tendances en 2010 :

- Le tourisme international a connu un net rebond à l'échelle mondiale, avec un nombre d'arrivées de touristes internationaux qui s'est élevé à 940 millions, soit 6,6 % de plus qu'en 2009.
- Cette hausse a plus que compensé la baisse provoquée par la crise économique, avec 23 millions d'arrivées de plus qu'en 2008, précédente année record.
- En 2010, selon les estimations, les recettes du tourisme international se sont chiffrées à 919 milliards de dollars EU (693 milliards d'euros), contre 851 milliards de dollars (610 milliards d'euros) en 2009, ce qui correspond à une progression en valeur réelle de 4,7 % sur un an.
- Reflet de la conjoncture économique, la reprise a été particulièrement forte dans les économies émergentes, où le nombre d'arrivées a crû plus rapidement (+8 %) par rapport économies avancées (+5 %).

Derniers développements et perspectives :

- Selon la mise à jour d'avril 2011 du *Baromètre OMT du tourisme mondial*, le nombre d'arrivées de touristes internationaux a augmenté de presque 5 % durant les deux premiers mois de 2011, confirmant ainsi le rebond enregistré en 2010.
- Dans ses prévisions du début de l'année, l'OMT tablait pour 2011 sur une progression du nombre d'arrivées de touristes internationaux comprise entre 4 et 5 %. Les conséquences des événements de l'Afrique du Nord et du Moyen-Orient, outre le séisme et le tsunami dévastateurs survenus au Japon en juin, ne devraient pas modifier sensiblement ces prévisions.

Tendance à long terme :

- Au cours des six dernières décennies, le tourisme n'a cessé de croître et de se diversifier pour devenir un des secteurs de l'économie qui se développent à la plus forte et à la rapide croissance dans au monde. Beaucoup de nouvelles destinations sont apparues à côté des destinations classiques de l'Europe occidentale et de l'Amérique du Nord.
- En dépit de différents chocs, le nombre d'arrivées de touristes internationaux s'est accru presque sans interruption – grimpa de 25 millions en 1950, à 277 millions en 1980, à 435 millions en 1990, à 675 millions en 2000, et à 940 millions actuellement.
- La croissance ayant été particulièrement soutenue dans les régions émergentes de la planète, la part du tourisme international qui revient aux pays émergents et en développement a augmenté régulièrement, passant de 31 % en 1990 à 47 % en 2010.

2010 : une reprise à plusieurs vitesses

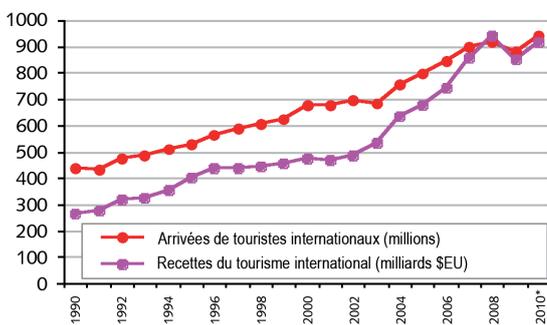
Aperçu du tourisme international

En 2010, le tourisme dans le monde s'est mieux remis que prévu du choc provoqué en 2008 et 2009 par la crise financière et la récession économique mondiale. Le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde a atteint 940 millions en 2010, en hausse de 6,6 % sur un an. Dans leur grande majorité, les destinations ont enregistré des résultats positifs et, souvent des hausses à deux chiffres, qui leur ont permis de compenser leurs pertes précédentes ou de presque y parvenir. La reprise s'est faite à plusieurs vitesses –très rapide dans la plupart des économies émergentes (8 %) et lente dans la plupart des économies avancées (5 %).

L'Asie-Pacifique (+13 %) a été la première région à se ressaisir et une de celles qui ont affiché les plus fortes hausses en 2010. L'Afrique s'est maintenue sur la voie de la croissance (+7 %) et le Moyen-Orient a retrouvé

une croissance à deux chiffres (+14 %). Les Amériques se sont redressées (+6 %) après le recul de 2009, mais la reprise en Europe (+3 %) a été plus lente qu'ailleurs.

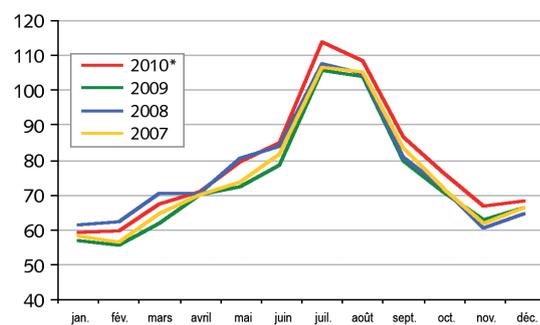
Tourisme récepteur 1990-2010*



Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

Tourisme récepteur par mois

Arrivées de touristes internationaux (millions)



Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

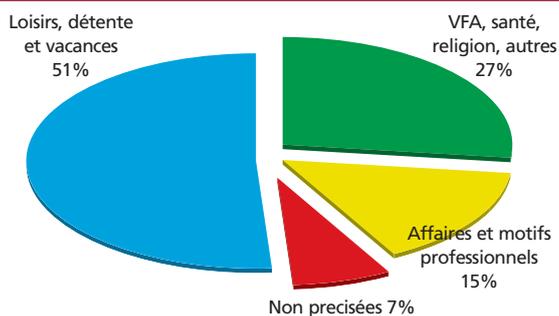
La plupart des visiteurs voyagent en avion et pour leurs loisirs

En 2010, les voyages de détente, de loisir et de vacances ont absorbé un peu plus de la moitié des arrivées de touristes internationaux (51 %, ou 480 millions d'arrivées). Quelque 15 % des touristes internationaux ont voyagé pour affaires ou pour des raisons professionnelles, et 27 % pour d'autres motifs : visite à des parents et amis, religion ou pèlerinage, traitement médical, etc. Pour les 7 % restants, l'objet de la visite n'est pas précisé.

En 2010, un peu plus de la moitié des voyageurs (51 %) sont arrivés à leur destination en avion et les autres (49 %) par voie terrestre – route (41 %), train (2 %) ou eau (6%). Au fil des années, le transport aérien a tendance à se développer plus rapidement que les transports terrestres ; en conséquence, la part prise par le transport aérien augmente peu à peu.

Tourisme récepteur par motif de visite, 2010*

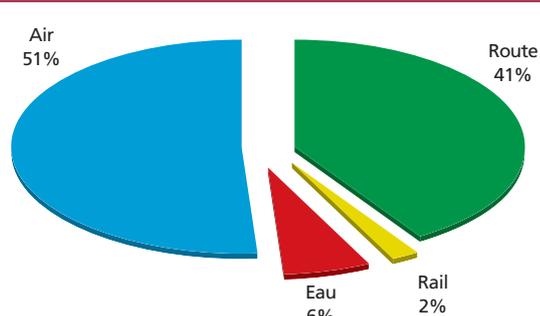
(part)



Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

Tourisme récepteur par moyen de transport, 2010*

(part)



Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

Arrivées de touristes internationaux

	Arrivées de touristes internationaux (millions)							Part de marché (%)	Variation (%)		Croissance annuelle moyenne (%)
	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010*		2010*	09/08	
Monde	435	528	675	798	917	882	940	100	-3,8	6,6	3,4
Économies avancées ¹	296	334	417	453	495	474	498	53,0	-4,3	5,1	1,8
Économies émergentes ¹	139	193	257	345	421	408	442	47,0	-3,2	8,3	5,6
Par région de l'OMT :											
Europe	261,5	304,1	385,6	439,4	485,2	461,5	476,5	50,7	-4,9	3,3	2,1
Europe du Nord	28,6	35,8	43,7	57,3	60,8	57,7	58,1	6,2	-5,1	0,8	2,9
Europe occidentale	108,6	112,2	139,7	141,7	153,2	148,6	153,7	16,4	-3,0	3,4	1,0
Europe centr./orient.	33,9	58,1	69,3	87,5	100,0	90,2	95,1	10,1	-9,9	5,4	3,2
Eur. du Sud/méditerr.	90,3	98,0	133,0	153,0	171,2	165,1	169,7	18,1	-3,6	2,8	2,5
Asie et Pacifique	55,8	82,0	110,1	153,6	184,1	180,9	203,8	21,7	-1,7	12,7	6,3
Asie du Nord-Est	26,4	41,3	58,3	85,9	100,9	98,0	111,6	11,9	-2,9	13,8	6,7
Asie du Sud-Est	21,2	28,4	36,1	48,5	61,8	62,1	69,6	7,4	0,5	12,1	6,8
Océanie	5,2	8,1	9,6	11,0	11,1	10,9	11,6	1,2	-1,7	6,1	1,9
Asie du Sud	3,2	4,2	6,1	8,1	10,3	9,9	11,1	1,2	-3,6	11,9	6,2
Amériques	92,8	109,0	128,2	133,3	148,0	140,7	149,8	15,9	-4,9	6,4	1,6
Amérique du Nord	71,7	80,7	91,5	89,9	97,7	92,2	98,2	10,5	-5,7	6,6	0,7
Caraïbes	11,4	14,0	17,1	18,8	20,1	19,5	20,1	2,1	-2,8	3,0	1,6
Amérique centrale	1,9	2,6	4,3	6,3	8,2	7,6	7,9	0,8	-7,4	3,8	6,2
Amérique du Sud	7,7	11,7	15,3	18,3	21,9	21,4	23,5	2,5	-2,3	9,7	4,4
Afrique	14,8	18,9	26,5	35,4	44,4	46,0	49,4	5,3	3,7	7,3	6,4
Afrique du Nord	8,4	7,3	10,2	13,9	17,1	17,6	18,7	2,0	2,5	6,2	6,2
Afrique subsaharienne	6,4	11,6	16,2	21,5	27,2	28,4	30,7	3,3	4,4	8,0	6,6
Moyen-Orient	9,6	13,7	24,1	36,3	55,2	52,9	60,3	6,4	-4,3	14,1	9,6

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

¹ Basé sur la classification du Fonds monétaire international (FMI), voir Annexe Statistique à www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01.

Recettes du tourisme international

Une reprise des recettes du tourisme international plus lente que pour les arrivées

Selon les estimations de l'OMT, les recettes du tourisme international se sont chiffrées à 919 milliards de dollars EU (693 milliards d'euros) en 2010, contre 851 milliards de dollars (610 milliards d'euros) l'année précédente. En valeur absolue, elles ont augmenté de 68 milliards de dollars EU (soit de 83 milliards d'euros à cause de l'appréciation du billet vert, de quelque 5 %, face à l'euro).

En valeur réelle, c'est-à-dire en monnaies locales et à prix constants pour tenir compte des fluctuations des taux de change et de l'inflation, la croissance des recettes du tourisme international s'est établie à 4,7 % en 2010. Autrement dit, elle est restée inférieure à celle du nombre d'arrivées de touristes internationaux (6,6 %). C'est une évolution typique des périodes de reprise lorsque, à la suite d'un choc important, le volume (le nombre d'arrivées) tend

à remonter plus rapidement que les revenus (les recettes), parce que la concurrence s'intensifie et que les fournisseurs font beaucoup d'efforts pour contenir les prix, outre que les touristes ont tendance à voyager plus près de chez eux et moins longtemps.

Toutes les régions ont connu une croissance positive en valeur réelle, à l'exception de l'Europe (-0,4 %). Le Moyen-Orient (+14 %) et l'Asie-Pacifique (+13 %) affichent les plus fortes hausses, tandis que les Amériques (+5 %) se situent près de la moyenne mondiale et qu'en Afrique (+3 %) la croissance a été un peu plus lente.

Les dépenses des visiteurs dans l'hébergement, la nourriture et les boissons, les transports locaux, les divertissements et les magasins représentent un pilier important de l'économie de nombreuses

	Recettes du tourisme international (milliards)							Variation prix courants (%)			Variation prix constants (%)		
	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010*	08/07	09/08	10*/09	08/07	09/08	10*/09
Devises locales								6,3	-4,1	7,4	1,7	-5,6	4,7
Dollars EU	262	403	475	679	939	851	919	9,7	-9,4	8,0	5,7	-9,1	6,2
Euros	206	308	515	546	639	610	693	2,2	-4,5	13,6	-1,0	-4,8	11,8

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

	Recettes du tourisme international				SEU			Euros		
	Devises locales, prix constants (%)			Part (%)	Recettes			Recettes		
	08/07	09/08	10*/09		(milliards)	par arrivée	(milliards)	par arrivée		
	2009	2010*	2010*	2009	2010*	2010*	2009	2010*	2010*	
Monde	1,7	-5,6	4,7	100	851	919	980	610	693	740
Économies avancées ¹	1,8	-6,5	4,4	63,1	547	580	1.160	392	437	880
Économies émergentes ¹	1,5	-3,8	5,1	36,9	304	339	770	218	256	580
Par région de l'OMT :										
Europe	-0,9	-6,7	-0,4	44,2	410,9	406,2	850	294,6	306,4	640
Europe du Nord	-2,5	-4,0	-1,3	6,4	58,6	59,2	1.010	42,0	44,6	760
Europe occidentale	-2,2	-7,1	1,5	15,5	143,8	142,0	920	103,1	107,1	700
Europe centr./orient.	4,3	-8,0	-2,8	5,2	47,4	47,7	500	34,0	36,0	380
Eur. du Sud/méditerran.	-0,6	-6,9	-1,1	17,1	161,3	157,4	930	115,6	118,7	700
Asie et Pacifique	4,6	-0,7	12,8	27,1	203,1	248,7	1.220	145,6	187,6	920
Asie du Nord-Est	8,2	1,9	15,9	13,3	101,2	122,4	1.100	72,5	92,3	830
Asie du Sud-Est	-0,8	-7,4	14,4	7,4	53,5	68,0	980	38,4	51,3	740
Océanie	3,2	5,3	-0,6	4,3	33,5	39,4	3.400	24,0	29,7	2.570
Asie du Sud	7,7	-4,9	16,5	2,1	14,9	18,9	1.710	10,7	14,2	1.290
Amériques	4,9	-9,9	5,0	19,8	166,2	182,2	1.220	119,1	137,4	920
Amérique du Nord	6,9	-12,4	6,2	14,3	119,2	131,2	1.340	85,4	98,9	1.010
Caraïbes	-3,2	-5,3	2,1	2,6	22,6	23,6	1.180	16,2	17,8	890
Amérique centrale	0,3	-3,4	4,1	0,7	6,1	6,8	850	4,4	5,1	640
Amérique du Sud	3,1	-0,3	1,2	2,2	18,3	20,6	880	13,1	15,5	660
Afrique	-2,5	-4,1	4,0	3,4	28,8	31,6	640	20,6	23,9	480
Afrique du Nord	-3,9	-4,7	3,6	1,1	9,9	10,0	540	7,1	7,5	400
Afrique subsaharienne	-1,8	-3,8	4,2	2,4	18,9	21,6	710	13,5	16,3	530
Moyen-Orient	5,5	0,8	14,4	5,5	42,0	50,3	830	30,1	37,9	630

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

¹ Basé sur la classification du Fonds monétaire international (FMI), voir Annexe Statistique à www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01.

destinations, créant des emplois et des débouchés plus que nécessaires. En 2010, le tourisme international a rapporté plus d'un milliard de dollars EU à plus de 80 pays.

Dans les pays de destination, les recettes du tourisme international comptent comme des exportations et englobent les opérations effectuées par les visiteurs de la journée comme par ceux qui passent la nuit. En revanche, elles n'incluent pas les recettes correspondant aux titres de transport international achetés auprès de compagnies situées en dehors du pays de résidence des voyageurs, qui sont comptabilisées dans une catégorie distincte (transport international de personnes).

Bien que l'on possède assez peu de données internationales comparables à ce niveau de détail, la valeur à l'exportation du transport international de personnes a été estimée ces dernières années à environ 16 % des recettes conjuguées du tourisme international et du transport de personnes, soit à quelque 170 milliards de dollars EU en 2010, contre 155 milliards en 2009.

En conséquence, les recettes du tourisme international, y compris le transport international de personnes, se sont élevées à près de 1,1 trillion de dollars EU en 2010. Autrement dit, le tourisme international contribue pour presque 3 milliards de dollars par jour aux recettes d'exportation mondiales.

La Chine gagne une place au titre des arrivées comme des recettes

Quand on utilise les deux principaux indicateurs – arrivées de touristes internationaux et recettes du tourisme international –, il est intéressant de remarquer que huit des dix grandes destinations figurent dans les deux listes même si elles présentent des différences marquées en ce qui concerne le type de touristes qu'elles attirent, la durée moyenne du séjour, et les dépenses par voyage et par nuitée.

Le changement le plus important au tableau des arrivées en 2010 a été la montée de la Chine à la troisième place, aux dépens de l'Espagne ; la Chine avait d'ailleurs déjà supplanté le Royaume-Uni et l'Italie au cours des années récentes. Au plan des recettes, la Chine (+15 %) a grimpé à la quatrième place, devant l'Italie (+1 %). Par ailleurs, au classement selon les recettes, Hong Kong (Chine) figure désormais parmi les dix premiers, étant passée de la 12^{ème} à la neuvième place.

Dans le reste du tableau des dix premières destinations, la France (77 millions de touristes) reste en tête du classement des destinations mondiales au titre des arrivées et arrive troisième pour les recettes. Les États-Unis se classent premiers pour ce qui est des recettes (104 milliards de dollars EU) et deuxièmes s'agissant des arrivées. L'Espagne conserve sa deuxième place dans le monde et sa première place en Europe au titre des gains réalisés, et se classe quatrième pour ce qui est des arrivées. L'Italie se classe cinquième pour les arrivées comme pour les recettes. Le Royaume-Uni est sixième au tableau des arrivées et septième à celui des recettes, tandis que l'Allemagne prend le sixième rang pour les recettes et le huitième pour les arrivées. La Turquie occupe la septième place au classement des arrivées et la dixième au titre des recettes. On trouve enfin la Malaisie (9) et le Mexique (10) au classement des dix premières destinations au titre des arrivées, et l'Australie (8) à celui de meilleures recettes.

Principales destinations touristiques dans le monde

Arrivées de touristes internationaux						
Rang	Série	Millions		Variation (%)		
		2009	2010*	09/08	10*/09	
1	France	TF	76,8	76,8	-3,0	0,0
2	États-Unis	TF	55,0	59,7	-5,1	8,7
3	Chine	TF	50,9	55,7	-4,1	9,4
4	Espagne	TF	52,2	52,7	-8,8	1,0
5	Italie	TF	43,2	43,6	1,2	0,9
6	Royaume-Uni	TF	28,2	28,1	-6,4	-0,2
7	Turquie	TF	25,5	27,0	2,0	5,9
8	Allemagne	TCE	24,2	26,9	-2,7	10,9
9	Malaisie	TF	23,6	24,6	7,2	3,9
10	Mexique	TF	21,5	22,4	-5,2	4,4

Recettes du tourisme international							
Rang		€				Devises locales	
		Milliards		Variation (%)		Variation (%)	
		2009	2010*	09/08	10*/09	09/08	10*/09
1	États-Unis	94,2	103,5	-14,7	9,9	-14,7	9,9
2	Espagne	53,2	52,5	-13,7	-1,2	-9,0	3,9
3	France	49,4	46,3	-12,7	-6,2	-7,9	-1,3
4	Chine	39,7	45,8	-2,9	15,5	-2,9(\$)	15,5(\$)
5	Italie	40,2	38,8	-12,0	-3,6	-7,2	1,4
6	Allemagne	34,6	34,7	-13,2	0,1	-8,5	5,3
7	Royaume-Uni	30,1	30,4	-16,3	0,8	-1,3	1,7
8	Australie	25,4	30,1	2,5	18,6	10,3	0,8
9	Hong-Kong (Chine)	16,4	23,0	7,5	39,5	7,0	39,8
10	Turquie	21,3	20,8	-3,2	-2,1	-3,2(\$)	-2,1(\$)

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

(\$) = pourcentage dérivé des séries en dollars des États-Unis au lieu de monnaie locale.

Résultats régionaux

Europe – confirmation de la reprise

Le mois de janvier 2010 a mis fin à 19 mois consécutifs de croissance négative en Europe, région la plus touchée par la crise économique mondiale. En Europe (+3 %), la reprise a été plus lente qu'ailleurs, surtout à cause de l'incertitude économique régnant dans la région et de la fermeture de son espace aérien provoquée en avril par le nuage du

volcan islandais. Le tourisme international dans la région a retrouvé de son dynamisme à partir du second semestre et certaines grandes destinations (comme la Turquie et l'Allemagne), ainsi que des destinations émergentes (comme les Balkans et le Caucase du Sud) ont enregistré d'excellents résultats.

Principales destinations	Série ¹	Arrivées de touristes internationaux					Recettes du tourisme international					
		(1000)			Variation (%)		Part (%)		(millions \$EU)			Part (%)
		2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*	
Europe		485.193	461.509	476.551	-4,9	3,3	100	471.797	410.932	406.251	100	
Albanie	TF	1.330	1.775	2.229	33,5	25,6	0,5	1.720	1.816	1.626	0,4	
Allemagne	TCE	24.886	24.223	26.874	-2,7	10,9	5,6	39.912	34.650	34.675	8,5	
Andorre	TF	2.059	1.830	1.808	-11,1	-1,2	0,4	
Autriche	TCE	21.935	21.355	22.004	-2,6	3,0	4,6	21.587	19.404	18.663	4,6	
Azerbaïdjan	TF	1.409	1.430	1.495	1,5	4,5	0,3	190	353	621	0,1	
Belgique	TCE	7.165	6.814	7.217	-4,9	5,9	1,5	11.762	9.970	10.287	2,5	
Bulgarie	TF	5.780	5.739	6.047	-0,7	5,4	1,3	4.204	3.728	3.637	0,9	
Chypre	TF	2.404	2.141	2.173	-10,9	1,5	0,5	2.737	2.162	2.183	0,5	
Croatie	TCE	9.415	9.335	..	-0,9	10.971	8.898	8.268	2,0	
Danemark	TF	9.016	8.547	9.097	-5,2	6,4	1,9	6.242	5.673	5.476	1,4	
Espagne	TF	57.192	52.178	52.677	-8,8	1,0	11,1	61.628	53.177	52.525	12,9	
Estonie	TF	1.970	1.900	2.120	-3,6	11,6	0,4	1.189	1.090	1.071	0,3	
Féd. de Russie	TF	21.566	19.420	20.271	-10,0	4,4	4,3	11.795	9.319	8.985	2,2	
Finlande	TF	3.583	3.423	3.670	-4,5	7,2	0,8	3.208	2.820	2.809	0,7	
France	TF	79.218	76.824	76.800	-3,0	0,0	16,1	56.573	49.398	46.319	11,4	
Géorgie	VF	1.290	1.500	2.033	16,3	35,5	0,4	447	476	659	0,1	
Grèce	TF	15.939	14.915	15.007	-6,4	0,6	3,1	17.114	14.506	12.741	3,1	
Hongrie	TF	8.814	9.058	9.510	2,8	5,0	2,0	5.935	5.631	5.381	1,3	
Irlande	TF	8.026	7.189	..	-10,4	6.294	4.890	4.077	1,0	
Israël	TF	2.572	2.321	2.805	-9,8	20,8	0,6	4.279	3.741	4.768	0,9	
Italie	TF	42.734	43.239	43.626	1,2	0,9	9,2	45.727	40.249	38.786	9,5	
Kazakhstan	TF	3.447	3.118	3.393	-9,5	8,8	0,7	1.012	963	1.005	0,2	
Kirghizistan	TF	2.435	2.147	..	-11,9	515	459	..	0,1	
Lettonie	TF	1.685	1.323	1.373	-21,5	3,8	0,3	803	723	640	0,2	
Malte	TF	1.291	1.182	1.332	-8,4	12,7	0,3	950	881	1.068	0,2	
Norvège	TF	4.347	4.346	4.767	0,0	9,7	1,0	4.911	4.204	4.779	1,0	
Pays-Bas	TCE	10.104	9.921	10.883	-1,8	9,7	2,3	13.342	12.368	13.062	3,2	
Pologne	TF	12.960	11.890	12.470	-8,3	4,9	2,6	11.768	9.011	9.446	2,3	
Portugal	TCE	6.962	6.439	6.865	-7,5	6,6	1,4	10.943	9.635	10.090	2,5	
Rép. tchèque	TCE	6.649	6.032	6.334	-9,3	5,0	1,3	7.207	6.478	6.671	1,6	
Royaume-Uni	TF	30.142	28.199	28.133	-6,4	-0,2	5,9	36.028	30.149	30.400	7,5	
Slovaquie	TCE	1.767	1.298	1.327	-26,5	2,2	0,3	2.589	2.336	2.233	0,6	
Slovénie	TCE	1.940	1.803	1.844	-7,0	2,2	0,4	2.820	2.511	2.311	0,6	
Suède	TCE	4.555	4.678	4.951	2,7	5,8	1,0	11.206	10.261	11.079	2,5	
Suisse	THS	8.608	8.294	8.628	-3,7	4,0	1,8	14.401	13.789	14.841	3,7	
Turquie	TF	24.994	25.506	27.000	2,0	5,9	5,7	21.951	21.250	20.807	5,1	
Ukraine	TF	25.449	20.798	21.203	-18,3	1,9	4,4	5.768	3.576	3.788	0,9	

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

¹ Voir note à la page 7.

Selon les estimations, le nombre d'arrivées de touristes internationaux s'est élevé à 477 millions en 2010, soit environ 15 millions de plus qu'en 2009, mais encore neuf millions de moins que le pic de 2008. Les recettes ont légèrement baissé, de 0,4 %, en valeur réelle, à 406 milliards de dollars EU (306 milliards d'euros).

L'Europe centrale et orientale (+5 %) a connu la plus forte croissance des sous-régions de l'Europe, après avoir accusé un net recul en 2009. L'Europe occidentale (+3 %) est la seule sous-région à s'être complètement remise de la crise. L'Allemagne se révèle la championne de destinations : le nombre d'arrivées y a dépassé de plus de 2,5 millions le chiffre record de 2008. Dans la plupart des autres destinations, dont l'Autriche (+3 %), la

Belgique (+6 %), les Pays-Bas (+10 %) et la Suisse (+4 %), la progression des arrivées en 2010 a été suffisante pour qu'elles dépassent les niveaux de 2008. L'exception est venue de la France, première destination du monde, qui a enregistré une croissance nulle en 2010. L'Europe du Nord (+1 %) a commencé à se redresser lentement bien que le Royaume-Uni (0,2 %), de loin la destination la plus importante de la sous-région, ait continué d'enregistrer des résultats négatifs. Le nombre d'arrivées en Europe du Sud et méditerranéenne s'est accru de 3 % sans atteindre toutefois les pics de 2008. Si Israël (+21 %), Malte (+13 %) et la Turquie (+6 %) affichent des résultats bien supérieurs à la moyenne, des destinations confirmées comme l'Espagne, l'Italie et la Grèce ont connu, en revanche, une croissance molle (+1 % dans tous les cas).

Asie et Pacifique – première région à se rétablir

Le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans la région Asie-Pacifique a établi en 2010 un record historique de 204 millions, soit quelque 24 millions de plus qu'en 2009 et 20 millions de plus que le pic atteint en 2008 avant la crise. La croissance enregistrée dans la région en 2010, de 13 %, est égale au double de la moyenne mondiale et confirme, après la petite baisse de 2 % relevée en 2009, que l'Asie est la région du monde la plus en pointe depuis deux ans. La plupart des destinations affichent une croissance à deux chiffres, dopées par le fort développement des économies locales de la région. Les recettes ont progressé, en conséquence, de 13 % en valeur réelle, à 249 milliards de dollars EU.

L'Asie du Nord-Est arrive en tête des sous-régions (+14 %), avec une progression des arrivées à deux chiffres presque partout, mais plus particulièrement au Japon et à Taiwan (province chinoise) (+27 % pour les deux). La croissance en Chine (+9 %), première destination

de la région, n'atteint pas la moyenne, mais a encore représenté environ un quart du surcroît d'arrivées enregistré dans toute la région. Le nombre d'arrivées en Asie du Sud-Est, seule sous-région à afficher des résultats positifs en 2009, a crû de 12 %. Des destinations comme le Vietnam (+35 %), Singapour (+22 %), le Cambodge (+17 %), les Philippines (+17 %), la Thaïlande (+12 %) et l'Indonésie (+11 %) ont toutes bénéficié d'une croissance à deux chiffres, mais sur la base de chiffres médiocres en 2009. Le nombre d'arrivées de touristes internationaux en Asie du Sud a grimpé de 11 %, avec des performances exceptionnelles au Sri Lanka (+46 %) et aux Maldives (+21 %), et un résultat relativement modeste dans la plus grande destination qu'est l'Inde (+8 %). En Océanie (+6 %), la progression du nombre d'arrivées a frisé la moyenne mondiale ; l'Australie (+5 %) et la Nouvelle-Zélande (+3 %), destinations dominantes et confirmées, ont renoué avec la croissance après une année 2009 stationnaire.

Résultats régionaux

Principales destinations	Série ¹	Arrivées de touristes internationaux					Recettes du tourisme international				
		(1000)			Variation (%)		Part (%)	(millions \$EU)			Part (%)
		2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*
Asie et Pacifique		184.057	180.936	203.838	-1,7	12,7	100	208.597	203.101	248.659	100
Australie	VF	5.586	5.584	5.885	0,0	5,4	2,9	24.755	25.384	30.103	12,1
Cambodge	TF	2.001	2.046	2.399	2,2	17,3	1,2	1.219	1.185	1.260	0,5
Chine	TF	53.049	50.875	55.665	-4,1	9,4	27,3	40.843	39.675	45.814	18,4
Corée, Rép. de	VF	6.891	7.818	8.798	13,4	12,5	4,3	9.774	9.819	9.765	3,9
Fidji	TF	585	542	632	-7,3	16,5	0,3	547	422
Guam	TF	1.142	1.053	1.196	-7,8	13,6	0,6
Hong-Kong (Chine)	TF	17.320	16.926	20.085	-2,3	18,7	9,9	15.304	16.450	22.951	9,2
Inde	TF	5.283	5.168	5.584	-2,2	8,1	2,7	11.832	11.136	14.160	5,7
Indonésie	TF	6.234	6.324	7.003	1,4	10,7	3,4	7.378	5.598	6.980	2,8
Iran	TF	2.034	1.914	2.012
Japon	VF	8.351	6.790	8.611	-18,7	26,8	4,2	10.821	10.305	13.199	5,3
Macao (Chine)	TF	10.610	10.402	11.926	-2,0	14,7	5,9	16.430	17.637
Malaisie	TF	22.052	23.646	24.577	7,2	3,9	12,1	15.277	15.772	17.819	7,2
Maldives	TF	683	656	792	-4,0	20,7	0,4	664	608	714	0,3
Mongolie	TF	446	433	456	-3,0	5,3	0,2	247	235	244	0,1
Népal	TF	500	510	..	1,9	336	371	388	0,2
Nouvelle-Zélande	VF	2.459	2.458	2.525	0,0	2,7	1,2	5.037	4.586	4.855	2,0
Pakistan	TF	823	855	914	3,9	6,9	0,4	316	269	363	0,1
Philippines	TF	3.139	3.017	3.520	-3,9	16,7	1,7	2.499	2.330	2.783	1,1
R.D.P. Lao	TF	1.295	1.239	..	-4,3	276	268
Singapour	TF	7.778	7.488	9.161	-3,7	22,3	4,5	10.714	9.364	14.124	5,7
Sri Lanka	TF	438	448	654	2,1	46,1	0,3	342	350	576	0,2
Taiwan (pr. de Chine)	VF	3.845	4.395	5.567	14,3	26,7	2,7	5.937	6.816	8.648	3,5
Thaïlande	TF	14.584	14.150	15.842	-3,0	12,0	7,8	18.173	15.663	19.760	7,9
Viet Nam	VF	4.236	3.747	5.050	-11,5	34,8	2,5	3.930	3.050	4.450	1,8

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©
¹ Voir note à la page 7.

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

* = chiffres ou données provisoires ; .. = chiffres ou données non (encore) disponibles ; I = changement de série ; n/a = non applicable.

Série Arrivées de touristes internationaux – TF : arrivées de touristes internationaux aux frontières (à l'exclusion des visiteurs de la journée) ; VF : arrivées de touristes internationaux aux frontières (touristes et visiteurs de la journée) ; THA : arrivées de touristes internationaux dans les hôtels et établissements assimilés ; THC : arrivées de touristes internationaux dans les établissements d'hébergement collectif.

Amériques – une reprise solide

Les Amériques se sont remises du recul provoqué en 2009 par la récession économique en Amérique du Nord et l'épidémie de grippe A(H1N1). En 2010, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans la région a crû de 6 % pour atteindre 150 millions – soit environ 9 millions de plus qu'en 2009, année de la crise, et 2,5 millions de plus que durant l'année record de 2008. La croissance économique aux États-Unis et la vigueur des économies de l'Amérique latine ont aidé à améliorer les résultats de la région dans son ensemble. Les recettes du tourisme international ont augmenté de 16 milliards de dollars EU pour se chiffrer à 182 milliards (+5 % en valeur réelle).

Les trois premières destinations de la région – États-Unis (+9 %), Mexique (+4 %) et Canada (+2%) – ont terminé l'année sur un bilan positif. L'Amérique du Sud a enregistré

les meilleurs résultats de la région, avec des arrivées en progression de 11 %. L'Argentine (+23 %) est arrivée en tête, devant l'Uruguay (+16 %), l'Équateur (+8 %), le Brésil et le Pérou (+7 % chacun). Cette embellie a été favorisée par une forte demande intra-régionale ; le Brésil est un des marchés émetteurs qui connaissent les plus fortes croissances et se classe aujourd'hui à ce titre au troisième rang des Amériques au niveau des dépenses.

La progression des arrivées en 2010 aux Caraïbes est estimée à 4 % et a largement compensé la baisse de 2009 puisque trois des principales destinations ont établi de nouveaux records : la Jamaïque (+5 %), Cuba (+4 %) et la République dominicaine (+3 %). En Amérique centrale, la fréquentation s'est également accrue de 4 % en 2010, ce qui n'a pas suffi à compenser la baisse de 2009. Toutes les destinations de la sous-région sauf le Guatemala annoncent des chiffres en hausse.

Principales destinations	Serie ¹	Arrivées de touristes internationaux					Recettes du tourisme international				
		(1000)			Variation (%)		Part (%)	(millions \$EU)			Part (%)
		2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*
Amériques		147.953	140.722	149.765	-4,9	6,4	100	189.097	166.186	182.168	100
Argentine	TF	4.700	4.308	5.288	-8,4	22,8	3,5	4.646	3.960	4.930	2,7
Aruba	TF	827	813	825	-1,7	1,6	0,6	1.343	1.211	1.239	0,7
Bahamas	TF	1.463	1.327	1.368	-9,3	3,1	0,9	2.144	1.929	2.059	1,1
Barbade	TF	568	519	532	-8,6	2,6	0,4	1.194	1.068	1.105	0,6
Bolivie	TF	594	671	..	13,1	275	279
Brésil	TF	5.050	4.802	5.161	-4,9	7,5	3,4	5.785	5.305	5.919	3,2
Canada	TF	17.142	15.737	16.095	-8,2	2,3	10,7	15.668	13.707	15.787	8,7
Chili	TF	2.699	2.750	2.766	1,9	0,6	1,8	1.674	1.604	1.636	0,9
Colombie	TF	2.318	2.303	2.385	-0,7	3,6	1,6	1.844	1.999	2.083	1,1
Costa Rica	TF	2.089	1.923	2.100	-8,0	9,2	1,4	2.283	1.815	2.111	1,2
Cuba	TF	2.316	2.405	2.507	3,8	4,2	1,7	2.258	2.080
El Salvador	TF	1.385	1.091	1.150	-21,2	5,4	0,8	425	319	390	0,2
Équateur	VF	1.005	968	1.047	-3,7	8,1	0,7	742	670	781	0,4
États-Unis	TF	57.937	54.962	59.745	-5,1	8,7	39,9	110.423	94.191	103.505	56,8
Guatemala	TF	1.527	1.392	1.219	-8,8	-12,4	0,8	1.068	1.298	1.378	0,8
Honduras	TF	899	870	896	-3,3	3,0	0,6	619	616	650	0,4
Jamaïque	TF	1.767	1.831	1.922	3,6	4,9	1,3	1.976	1.926	1.986	1,1
México	TF	22.637	21.454	22.395	-5,2	4,4	15,0	13.289	11.275	11.872	6,5
Nicaragua	TF	858	932	1.011	8,6	8,5	0,7	301	334	309	0,2
Panama	TF	1.247	1.200	1.317	-3,7	9,7	0,9	1.408	1.483	1.676	0,9
Paraguay	TF	428	439	465	2,6	5,9	0,3	109	205	217	0,1
Pérou	TF	2.058	2.140	2.299	4,0	7,4	1,5	1.991	2.014	2.274	1,2
Porto Rico	TF	3.716	3.551	3.679	-4,5	3,6	2,5	3.535	3.473	3.598	2,0
Rép. dominicaine	TF	3.980	3.992	4.125	0,3	3,3	2,8	4.166	4.051	4.240	2,3
Uruguay	TF	1.938	2.029	2.352	4,7	15,9	1,6	1.051	1.312	1.496	0,8
Venezuela	TF	745	615	..	-17,4	917	788	618	0,3

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

¹ Voir note à la page 7.

Afrique – maintien de l'impulsion

L'Afrique, seule région à avoir affiché des résultats positifs en 2009, est restée sur le chemin de la croissance en 2010. Elle a profité d'un regain de vitalité économique et de la publicité générée dans le monde par la Coupe du monde de football. Le nombre d'arrivées de touristes internationaux a augmenté de trois millions (+7 %), à 49 millions, et les recettes se sont accrues de trois milliards de dollars EU pour atteindre 31 milliards (+4 % en valeur réelle).

En Afrique du Sud, qui absorbe plus du quart des arrivées en Afrique subsaharienne, la fréquentation a fait un bond de 15 % en 2010 grâce au succès remporté par la Coupe du monde. Selon les données disponibles, d'autres destinations de la sous-région ont fait mieux que la moyenne : Madagascar (+21 %), Cap-Vert (+17 %), Tanzanie et Seychelles (+11% dans les deux cas). La croissance en Afrique du Nord (+6 %) a été tirée par la première destination, le Maroc (+11 %).

Principales destinations	Serie ¹	Arrivées de touristes internationaux					Recettes du tourisme international				
		(1000)			Variation (%)		Part (%)	(millions \$EU)			Part (%)
		2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*
Afrique		44.380	46.021	49.376	3,7	7,3	100	30.316	28.780	31.677	100
Afrique du Sud	TF	9.592	7.012	8.074	n/a	15,1	16,4	7.925	7.543	9.070	28,7
Algérie	VF	1.772	1.912	..	7,9	324	267
Angola	TF	294	366	425	24,3	16,2	0,9	285	534
Botswana	TF	1.500	1.553	..	3,5	553	452
Cap-Vert	THS	285	287	336	0,7	17,1	0,7	350	292	289	0,9
Ethiopie	TF	330	377	329
Gambie	TF	147	142	91	-3,5	-35,7	0,2	81	63
Ghana	TF	698	803	..	15,0	919	968
Kenya	TF	1.141	1.392	..	22,0	752	690	756	2,4
Lesotho	TF	285	320	..	12,3	24	40
Madagascar	TF	375	163	196	-56,6	20,5	0,4	351	308
Malawi	TF	742	755	..	1,7	43	43
Maroc	TF	7.879	8.341	9.288	5,9	11,4	18,8	7.168	6.557	6.720	21,2
Maurice	TF	930	871	935	-6,4	7,3	1,9	1.449	1.117	1.282	4,0
Mozambique	TF	1.815	2.224	..	22,5	190	196	197	0,6
Namibie	TF	931	980	..	5,3	378	398	438	1,4
Nigéria	TF	1.313	1.414	..	7,7	573	608
Ouganda	TF	844	817	..	-3,2	498	667	730	2,3
Rép. Unie Tanzanie	TF	750	714	794	-4,8	11,1	1,6	1.289	1.160	1.303	4,1
Réunion	TF	396	422	421	6,4	-0,3	0,9	448	425
Rwanda	VF	731	699	..	-4,4	186	174	202	0,6
Sénégal	TF	543	463
Seychelles	TF	159	158	175	-0,9	10,8	0,4	258	209
Soudan	TF	441	420	..	-4,6	331	299
Swaziland	TF	754	909	..	20,4	26	40
Tunisie	TF	7.050	6.901	6.902	-2,1	0,0	14,0	2.953	2.773	2.654	8,4
Zambie	TF	812	710	..	-12,6	148	98
Zimbabwe	VF	1.956	2.017	2.239	3,2	11,0	4,5	294	523	634	2,0

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

¹ Voir note à la page 7.

Moyen-Orient – retour à une croissance à deux chiffres

Le Moyen-Orient est la région qui a connu la plus forte croissance en 2010 (+14 %), mais après une année 2009 en net recul (-4 %). Le tourisme intra-régional a été le moteur de ce redressement, lui-même favorisé par un pétrole cher ; la région a ainsi accueilli 60 millions de visiteurs en 2010, c'est-à-dire sept millions de plus qu'en 2009 et cinq millions de plus que durant l'année record de 2008. Il ressort des estimations que les recettes du tourisme international

ont-elles aussi augmenté, de 14 % en valeur réelle, pour se chiffrer à 50 milliards de dollars EU.

Presque toutes les destinations ont enregistré des hausses à deux chiffres, notamment la Syrie (+40 %), la Palestine (+32 %), la Jordanie (+20 %), l'Égypte (+18 %) et le Liban (+17 %). L'exception est venue de l'Arabie saoudite, deuxième destination de la région, dont les résultats sont restés stationnaires.

Résultats régionaux

Principales destinations	Serie ¹	Arrivées de touristes internationaux					Recettes du tourisme international				
		(1000)			Variation (%)		Part (%)	(millions \$EU)			Part (%)
		2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*
Moyen-Orient		55.237	52.886	60.332	-4,3	14,1	100	39.980	42.022	50.293	100
Arabie saoudite	TF	14.757	10.896	10.850	-26,2	-0,4	18,0	5.910	5.995	6.712	13,3
Bahreïn	TF	1.166	1.118
Égypte	TF	12.296	11.914	14.051	-3,1	17,9	23,3	10.985	10.755	12.528	24,9
Emirats arabes uni ²	THS	7.095	6.812	7.432	-4,0	9,1	12,3	7.162	7.352	8.577	17,1
Jordanie	TF	3.729	3.789	4.557	1,6	20,3	7,6	2.943	2.911	3.413	6,8
Liban	TF	1.333	1.851	2.168	38,9	17,1	3,6	5.819	6.774
Oman	TF	1.471	1.524	..	3,6	804	700
Palestine	THS	387	396	524	2,2	32,4	0,9	269	410	..	1,0
Qatar	TF	1.405	1.659	..	18,1	145	179	584	1,2
Rép. arabe syrienne	TF	5.430	6.092	8.546	12,2	40,3	14,2	3.150	3.757
Yémen	THS	404	434	..	7,3	453	496

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

¹ Voir note à la page 7.

² Doubaï seulement.

La plupart des voyageurs restent dans leur région

La grande majorité des visiteurs internationaux ne quittent pas leur région, dans une proportion d'environ quatre arrivées sur cinq dans le monde.

Les marchés d'origine du tourisme international demeurent très concentrés dans les pays industrialisés de l'Europe, des Amériques et de l'Asie-Pacifique. Cependant, avec l'augmentation du revenu disponible, beaucoup d'économies émergentes connaissent une croissance accélérée depuis quelques années,

notamment de certains marchés de l'Asie du Nord-Est et du Sud-Est, de l'Europe centrale et orientale, du Moyen-Orient, de l'Afrique australe et de l'Amérique du Sud.

L'Europe est actuellement le premier marché générateur de touristes, en produisant un peu plus de la moitié des arrivées de touristes internationaux dans le monde ; elle est suivie de l'Asie-Pacifique (21 %), des Amériques (16 %), du Moyen-Orient (4 %) et de l'Afrique (3 %).

	Arrivées de touristes internationaux (millions)							Part (%) 2010*	Variation (%)		Croissance annuelle moyenne (%) '00-10*
	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010*		09/08	10*/09	
Monde	435	528	675	798	917	882	940	100	-3,8	6,6	3,4
Origine :											
Europe	250,7	303,4	389,4	450,8	507,5	479,7	496,1	52,8	-5,5	3,4	2,5
Asie et Pacifique	58,7	86,1	113,9	152,7	182,3	178,8	197,4	21,0	-1,9	10,4	5,6
Amériques	99,3	108,5	130,8	136,5	151,5	146,3	154,4	16,4	-3,4	5,5	1,7
Moyen-Orient	8,2	9,3	14,0	23,0	31,9	32,7	36,0	3,8	2,7	10,2	9,9
Afrique	9,8	11,6	15,0	19,6	25,8	25,8	27,5	2,9	-0,1	6,5	6,2
Origine non spécifiée ¹	7,8	8,7	11,4	15,5	17,7	18,6	28,5	3,0			
Même région	349,1	423,3	532,9	632,1	715,9	689,2	721,3	76,7	-3,7	4,7	3,1
Autres régions	77,6	95,6	130,2	150,5	183,1	174,2	190,1	20,2	-4,9	9,1	3,9

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

¹ Certains pays n'ont pas pu être attribués à une région d'origine déterminée. Comme les informations sont tirées des données du tourisme récepteur, c'est le cas des pays d'origine quand ils ne sont pas indiqués ou quand on se sert d'une catégorie résiduelle « autres pays du monde » regroupant des pays qui ne sont pas précisés séparément.

Dépenses du tourisme international – la Chine arrive dans les trois premiers

Le classement des dix premiers pays au titre des dépenses du tourisme international fait ressortir une transformation particulièrement marquante en 2010 : la Chine (55 milliards de dollars EU) gagne un échelon et a supplanté le Royaume-Uni (49 milliards de dollars EU) à la troisième place. La Chine est, de loin, le pays qui a connu au cours de la décennie écoulée la plus forte croissance au registre des dépenses du tourisme international, lesquelles ont quadruplé depuis l'an 2000. Classée septième marché émetteur en 2005, elle a dépassé depuis lors, dans l'ordre, l'Italie, le Japon, la France et le Royaume-Uni.

Le classement des dix pays de tête a connu d'autres changements, venus du Canada, qui a gagné deux places pour se hisser au sixième rang, et de l'Australie, nouvelle

venue au club. Dans un cas comme dans l'autre, l'appréciation de la devise de ces deux pays a clairement contribué à leur ascension. Les deux premières places demeurent occupées par l'Allemagne (78 milliards de dollars EU) et les États-Unis (75 milliards).

Parmi ces dix pays, c'est la Fédération de Russie qui a enregistré la plus forte progression, de 27 % – mais, il faut le reconnaître, après une contraction des dépenses de 12 % en 2009 –, suivie de la Chine (+ 26 %). Après deux années de baisse, le Japon a également retrouvé le chemin de la croissance (+4 %). Le Royaume-Uni est le seul des dix premiers marchés à avoir accusé un tassement des dépenses (-2 %), conséquence d'une économie au ralenti et de la faiblesse de la livre sterling.

Rang	Dépenses du tourisme international (milliards \$EU)		Devises locales Variation (%)		Part de marché (%) 2010*	Population 2010 (million)	Dépenses per capita (\$EU)
	2009	2010*	09/08	10*/09			
Monde	851	919			100	6.879	134
1 Allemagne	81,2	77,7	-5,9	0,7	8,5	82	952
2 États-Unis	74,1	75,5	-7,9	1,9	8,2	310	244
3 Chine	43,7	54,9	20,9 (\$)	25,6 (\$)	6,0	1.341	41
4 Royaume-Uni	50,1	48,6	-13,6	-2,4	5,3	62	780
5 France	38,5	39,4	-1,9	7,6	4,3	63	625
6 Canada	24,2	29,5	-4,8	10,0	3,2	34	866
7 Japon	25,1	27,9	-18,4	4,0	3,0	127	219
8 Italie	27,9	27,1	-4,3	2,0	2,9	60	449
9 Fédération de Russie	20,9	26,5	-12,1 (\$)	26,8 (\$)	2,9	140	189
10 Australie	17,6	22,5	2,5	9,0	2,5	22	1.014

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

(d'après les données de l'OMT, juin 2011)

(\$) = pourcentage dérivé des séries en dollars des États-Unis au lieu de monnaie locale.

Perspectives à long terme

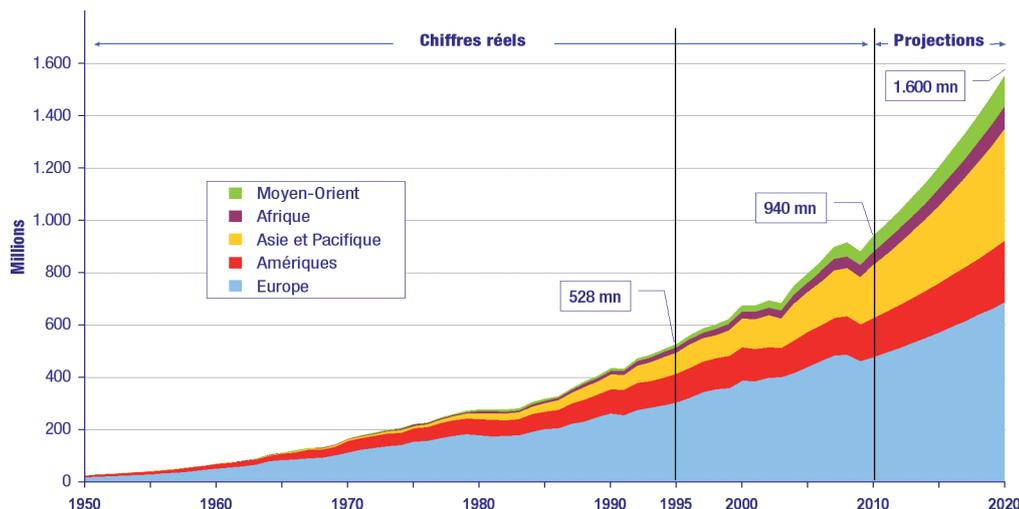
Tourisme : horizon 2020 est une publication dans laquelle l'Organisation mondiale du tourisme présente une étude prévisionnelle et une évaluation de l'évolution du tourisme sur les 20 premières années du nouveau millénaire. Une composante essentielle de cette publication consiste en des prévisions quantitatives portant sur une période de 25 ans ; l'année 1995 y est prise comme point de référence et des prévisions y sont présentées pour les années 2010 et 2020.

Bien que le tourisme évolue en dents de scie depuis

quelques années, l'OMT persiste pour le moment dans ses prévisions à long terme. Elle considère que les tendances structurelles qui sous-tendent ses prévisions n'ont pas sensiblement changé. L'expérience montre que, sur une courte durée, des périodes de croissance accélérée (1995, 1996, 2000, et de 2004 à 2007) alternent avec des périodes de croissance ralentie (de 2001 à 2003, 2008 et 2009). Dans le cadre de son programme de travail, l'OMT s'est lancée dans une actualisation complète de ses prévisions à long terme avec le projet *Le tourisme à l'horizon 2030*.

Tourisme : horizon 2020

Arrivées de touristes internationaux par région (millions)



Dans l'ouvrage *Tourisme : horizon 2020*, l'OMT prédit que, en 2020, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde approchera 1,6 milliard, qui se répartiront entre 1,2 milliard pour le trafic intra-régional et 0,4 milliard pour les voyages à longue distance.

L'Asie de l'Est et le Pacifique, l'Asie du Sud, le Moyen-Orient et l'Afrique devraient enregistrer des taux de croissance de plus de 5 % par an, comparativement à une moyenne mondiale de 4,1 %. Les régions plus

développées que sont l'Europe et les Amériques devraient afficher des croissances inférieures à la moyenne. L'Europe continuera de se tailler la plus grande part du gâteau, mais part qui tombera de 60 % en 1995 à 46 % en 2020.

Les prévisions par région indiquent que, en 2020, les trois premières régions d'accueil seront l'Europe (717 millions de touristes), l'Asie de l'Est (397 millions) et les Amériques (282 millions), suivies de l'Afrique, du Moyen-Orient et de l'Asie du Sud.

Arrivées de touristes internationaux par région (millions)

	Année de référence	Prévisions		Taux de croissance annuel moyen (%)	Part (%)	
	1995	2010	2020	1995-2020	1995	2020
Total	565	1.006	1.561	4,1	100	100
Afrique	20	47	77	5,5	3,6	5,0
Amériques	109	190	282	3,9	19,3	18,1
Asie de l'Est/Pacifique	81	195	397	6,5	14,4	25,4
Europe	338	527	717	3,0	59,8	45,9
Moyen-Orient	12	36	69	7,1	2,2	4,4
Asie du Sud	4	11	19	6,2	0,7	1,2
Tourisme intrarégional (a)	464	791	1.183	3,8	82,1	75,8
Tourisme lointain (b)	101	216	378	5,4	17,9	24,2

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT) ©

Notes : (a) Le tourisme intrarégional inclut les arrivées pour lesquelles le pays d'origine n'est pas précisé.

(b) Le tourisme lointain englobe tous les voyages à l'exception des voyages intrarégionaux.

Baromètre OMT du tourisme mondial

Le Baromètre OMT du tourisme mondial a pour vocation de fournir en temps utile à tous les acteurs du tourisme des statistiques actualisées assorties d'analyses appropriées. Il contient un aperçu des tendances du tourisme à court terme (arrivées, recettes, dépenses, transport, hébergement), une estimation rétrospective et prospective des résultats du secteur touristique par le Groupe d'experts en tourisme de l'OMT, et un résumé des données économiques intéressant le secteur du tourisme. Les informations sont mises à jour tout au long de l'année.



Budget des organismes nationaux du tourisme, 2008-2009

Cette publication se veut un outil de référence pour le marketing touristique. Dans ce document collectif, l'OMT et la Commission européenne du tourisme ont réuni et analysé des informations sur les budgets que les organismes nationaux du tourisme consacrent à la promotion du tourisme, ainsi que sur la structure, les fonctions et les activités des ONT. De plus, une attention particulière est apportée à l'usage que les ONT font des technologies de l'information et des communications (TIC) pour promouvoir le tourisme.



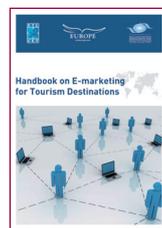
Manuel sur la promotion de l'image de marque des destinations

Dans ce manuel, l'OMT et la Commission européenne du tourisme expliquent en quoi il est avantageux de bâtir et gérer avec intelligence l'image de marque d'une destination. Ce guide, qui commence par une introduction de Simon Anholt, décrypte pas à pas la stratégie à suivre pour construire une marque et bien la gérer. On y trouve des études de cas, une illustration de différents concepts, une description des meilleures pratiques observées à travers le monde, et une réflexion très aiguisée sur le travail de marque des destinations. Dans la conclusion de ce manuel se trouve une section dédiée aux recommandations pratiques et à l'évaluation de l'image de marque.



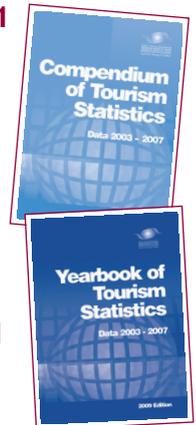
Manuel sur le marketing électronique dans les destinations touristiques

Ce manuel est un guide pratique destiné à aider le personnel des organismes nationaux, régionaux et municipaux du tourisme à améliorer son niveau de compétence dans le domaine du marketing électronique. Il traite de toutes les questions de base comme la conception d'un site web, l'optimisation des moteurs de recherche, les réseaux sociaux et le commerce électronique, et il contient des conseils pour quiconque souhaite produire de meilleurs contenus, en assurer correctement la distribution, bien gérer les relations avec les clients, faire bon usage des relations publiques en ligne et se lancer dans le marketing mobile.



Compendium des statistiques du tourisme, édition 2011

Cette publication se veut un guide de référence sur les principales statistiques et les principaux indicateurs du tourisme. Elle a été sensiblement amplifiée pour son édition de 2011 et contient, dans sa nouvelle version, des informations sur le tourisme récepteur, émetteur et interne, sur les entreprises touristiques et l'emploi, ainsi que sur les indicateurs macroéconomiques en rapport avec le tourisme international. Elle couvre plus de 200 pays et territoires du monde entier, et porte sur la période 2005-2009. Elle paraît en anglais, avec des notes par pays en anglais, en français et en espagnol.

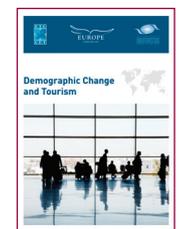


Annuaire des statistiques du tourisme, édition 2011

Cette publication fournit pour plus de 200 pays et territoires des données entre 2005-2009 sur les arrivées et les nuitées du tourisme récepteur, ventilées par pays d'origine. Elle paraît en anglais, avec des notes par pays en anglais, en français et en espagnol.

Changements démographiques et tourisme

Cette étude de l'OMT et de la CET sur les changements démographiques et le tourisme se veut un outil de référence pour les destinations et l'industrie touristique. Elle a pour but d'aider à comprendre les évolutions démographiques actuelles et à venir (croissance et vieillissement de la population, migrations et éclatement des familles), les incidences qu'elles auront sur le tourisme, comment les anticiper et comment y répondre de la façon la plus concurrentielle possible.



Le marché du tourisme émetteur de l'Inde Le marché du tourisme émetteur de la Chine Le marché du tourisme émetteur de la Russie

Les marchés émetteurs de l'Inde, de la Chine et de la Russie font partie de ceux qui se développent le plus dans le monde et qui prennent, par conséquent, une importance croissante. L'OMT et la CET ont publié conjointement des études approfondies sur chacun de ces marchés particuliers. Elles ont voulu par là produire les informations nécessaires pour mieux comprendre la structure et les tendances de ces marchés en pleine croissance. Ces études traitent de sujets tels que le comportement et les caractéristiques des voyageurs, le choix d'une destination, l'objet du voyage, les dépenses des visiteurs, les activités des vacanciers et la segmentation du marché, ainsi que l'utilisation des médias ou d'Internet.



Le marché du tourisme émetteur espagnol en Afrique et au Moyen-Orient Étude sur le marché du tourisme émetteur chinois en Afrique

L'OMT a publié ces deux études dans le but d'aider les pays d'Afrique à profiter de la croissance des marchés chinois et espagnol, en fournissant des informations sur la taille, les principales caractéristiques, les besoins et les attentes desdits marchés ainsi que sur les stratégies à envisager pour attirer des touristes espagnols et chinois en Afrique.

