



Soixante-treizième session
Hyderabad (Inde), 8 et 9 juillet 2004
Point 10 de l'ordre du jour provisoire

LIBÉRALISATION DU COMMERCE DES SERVICES TOURISTIQUES

Note du Secrétaire général

Dans le présent document, le Secrétaire général informe le Conseil exécutif des quatre nouvelles initiatives prises en 2004 dans le cadre de la stratégie de « libéralisation à visage humain » et il fait référence à un nouvel exposé de position, objet de l'annexe, qui a été diffusé à Genève à l'occasion de l'Atelier de l'OMT *Commerce, tourisme et réduction progressive de la pauvreté*.

LIBÉRALISATION DU COMMERCE DES SERVICES TOURISTIQUES

Actions

- **Prendre note des mesures adoptées pour que les Membres soient bien prêts à exploiter au maximum les possibilités d'essor et de libéralisation progressive du secteur du tourisme dans le cadre du programme de Doha pour le développement**
- **Soutenir les initiatives du Secrétaire général visant à améliorer la place du tourisme dans l'accord multilatéral final et dans le processus de longue durée pour sa mise en œuvre**

Dans sa résolution A/RES/455(XV), l'Assemblée générale a donné son aval aux activités menées jusqu'alors pour attirer l'attention des Membres sur l'évolution continue des négociations commerciales multilatérales relatives au programme de Doha pour le développement et elle a recommandé d'agir pour mieux mettre en évidence tout le poids du tourisme dans le commerce des services dans le cadre de la stratégie de « libéralisation à visage humain ».

Quoique le programme de Doha soit actuellement contesté en raison de désaccords essentiels entre pays industrialisés et pays en développement sur les subventions à l'agriculture et sur ce qu'on appelle les « questions de Singapour », la phase bilatérale des négociations se poursuit et il existe d'importantes initiatives en vue de la reprise des négociations multilatérales. Aux niveaux régional et interrégional, les négociations se poursuivent sans relâche. De par leur nature, les cycles des négociations commerciales connaissent toujours, à propos de certains problèmes, des périodes de polarisation finissant par déboucher sur la réconciliation.

Le cadre des principes directeurs de l'OMT continue d'être caractérisé par la démarche de libéralisation à visage humain, qui intègre la stratégie en matière de commerce équitable, de pauvreté et de durabilité : l'exposé de position, rendu public au milieu de l'année 2002, sur la libéralisation des échanges de services touristiques et, sur la Toile d'Internet, une série d'études complémentaires sur les aspects détaillés des négociations intéressant le tourisme dans des domaines comme la concurrence, les mouvements transfrontières, les fuites et les liens, etc. Il était déjà mis l'accent sur ces questions dans le document du Secrétaire général distribué à Cancún.¹

En 2004, l'OMT a pris quatre nouvelles initiatives.

- En février, elle a organisé à Madrid un colloque visant à mettre les Administrations nationales du tourisme au courant du déroulement du cycle

¹ L'OMT a également suivi de près les débats sur l'Annexe relative aux services de transport aérien et, en l'absence d'initiatives dans ce domaine, elle s'est adressée à l'OACI afin d'étudier les moyens de garantir des liaisons à bas prix sur les voies aériennes essentielles au développement du tourisme pour les pays les plus pauvres du monde, l'accent étant mis sur l'Afrique.

de négociations et à les préparer à mieux collaborer avec les ministères du Commerce dans la phase en cours des négociations bilatérales. Ce colloque, surtout axé sur les mesures destinées à soutenir les pays en développement, a rassemblé plus de cent trente représentants de trente pays et de trente organisations nationales ou internationales. Les recommandations auxquelles il a abouti sont actuellement diffusées afin de permettre aux Administrations du tourisme de coopérer plus efficacement avec les Administrations chargées du commerce.

- Un instrument pratique pour aider les pays en développement à exploiter au maximum leur potentiel d'exportation de services touristiques et à améliorer leur capacité de négocier a été préparé par le Centre du commerce international (CCI) avec l'appui de la CNUCED et de l'OMT. Cet instrument a été mis à l'essai dans les Caraïbes et en Afrique et après sa mise au point, il sera lancé par le CCI dans les mois à venir.
- Le Secrétaire général de l'OMT et le Directeur général de l'OMC ont convenu de collaborer au cours de la prochaine phase et lors des cycles ultérieurs de négociations. Le point de départ sera l'exposé de position de l'OMT et, au début, l'accent sera mis sur trois domaines :
 - l'amélioration de la position des pays en développement pour ce qui est des exportations de services touristiques par le renforcement de leurs moyens et l'intégration des activités,
 - l'harmonisation des classifications du CST et des classifications commerciales, et
 - la prise en compte du poids de la consommation touristique au-delà des frontières.
- Le 27 mai à Genève, l'OMT a organisé un atelier de politique touristique² dans le cadre du symposium public³ que l'OMC destine tous les ans aux ambassadeurs et aux négociateurs commerciaux. L'objectif était de mettre en évidence les effets réels que pourrait avoir la libéralisation des échanges de services touristiques et tout particulièrement son importance primordiale pour les pays en développement comme instrument de lutte contre la pauvreté. À cet atelier, le Secrétaire général a insisté sur trois questions :
 - le poids du tourisme dans le commerce en général et, en particulier, dans l'économie des pays pauvres,
 - l'importance de la présence du tourisme dans tout programme de développement, et
 - la possibilité et l'intérêt, au stade des négociations multilatérales, de faire du tourisme une partie intégrante de l'accord final.

Ces questions sont au cœur du nouvel exposé de position que l'OMT a rendu public à Genève à l'occasion de l'atelier susmentionné et que reproduit l'annexe 1.

² Commerce, tourisme et réduction progressive de la pauvreté

³ Le multilatéralisme à la croisée des chemins (Genève, 25-27 mai 2004)

LIBÉRALISATION DU COMMERCE DES SERVICES TOURISTIQUES

ANNEXE

Atelier de l'Organisation mondiale du tourisme Commerce, tourisme et réduction progressive de la pauvreté

Exposé de position

Siège de l'Organisation mondiale du commerce, Genève, 27 mai 2004

La Déclaration ministérielle adoptée à Doha insiste sur le *développement* et la durabilité dans le système mondial d'échanges. L'Organisation mondiale du tourisme s'est engagée à apporter son assistance dans ce processus et, en sa qualité de nouvelle institution spécialisée des Nations Unies, de le faire dans le contexte de la Déclaration du Millénaire. Sa stratégie de *libéralisation à visage humain* – qui donne la priorité à la réduction de la pauvreté ainsi qu'au commerce équitable et au développement durable à triple bilan – répond à cet impératif.

Sur le long terme, le tourisme offre d'importantes possibilités de libéralisation propice au développement en raison de sa taille comme branche d'activité, de son ampleur, de sa diversité et de ses effets socioéconomiques positifs. C'est un secteur de services complexe et multiforme égalant ou dépassant l'agriculture, le pétrole et l'industrie automobile dans les exportations mondiales.

Depuis cinquante ans, la croissance forte et soutenue du tourisme constitue un des phénomènes économiques, sociaux et culturels les plus remarquables de notre époque. Le nombre d'arrivées de touristes internationaux est passé de 25 millions en 1950 à près de 700 millions aujourd'hui, ce qui donne en une cinquantaine d'années une croissance annuelle moyenne de 7 %. Les revenus qu'ont rapportés ces arrivées sont de quelque 500 milliards de \$EU. Le tourisme est donc un des postes les plus importants du commerce international.

Le tourisme a fait la preuve de son énorme élasticité et de son adaptabilité extraordinaire aux chocs extérieurs, dont ceux du passé récent : guerres, terrorisme, ralentissement de l'économie et crises sanitaires. Il est prévu 900 millions d'arrivées internationales pour 2010 au plus tard.

Au cours de la dernière décennie, la croissance annuelle des arrivées de touristes dans les pays en développement a été supérieure à la moyenne mondiale. La forte progression de leurs recettes de tourisme international qui en a découlé démontre l'existence potentielle d'un avantage concurrentiel en leur faveur. Dans leur balance du commerce des services touristiques avec les pays de l'OCDE, les économies en développement et celles en transition bénéficient d'un excédent, ce qui n'est le cas que dans très peu d'autres segments de leur secteur des services.

Plus précisément, les recettes touristiques des pays les moins avancés (PMA) ont plus que doublé pendant les années 1990. Simultanément, le tourisme devenait la principale source de recettes en devises pour les quarante-neuf PMA, en dehors de l'industrie pétrolière qui, de toute façon, est concentrée dans seulement trois d'entre eux. Toutes activités confondues, le tourisme représente plus d'un sixième de leurs exportations en dehors du pétrole, dépassant de loin leurs deuxième et troisième produits d'exportation, à savoir le coton brut et les textiles. Le tourisme est devenu un des principaux éléments du PIB des PMA, voire, pour beaucoup d'entre eux, le principal élément.

Dans tous les pays en développement, le tourisme s'avère être une branche d'activité à coefficient très élevé de ressources humaines offrant des débouchés aux petites entreprises dont c'est l'activité ou qui fournissent des produits et des services à ce secteur. Ses effets s'y font particulièrement sentir sur l'agriculture et la pêche locales, sur l'artisanat et même sur le bâtiment. Le tourisme y est un terrain exceptionnellement fertile pour l'initiative privée et pour la création d'emplois. Il peut amorcer l'expansion de l'économie de marché.

En outre, dans tous ces pays, les recettes en devises que rapporte le tourisme sont essentielles dans la balance des paiements. Elles réduisent la dette extérieure et la dépendance de ces pays envers un seul produit d'exportation qui, dans la plupart des cas, est une matière première à valeur faible et dont le prix fluctue.

À de très rares exceptions près, les PMA ont un potentiel touristique remarquable. Les questions qui se posent sont surtout de savoir comment l'exploiter de façon à contribuer à la réduction de la pauvreté et si la libéralisation négociée, progressive, équilibrée et équitable du commerce peut aider à atteindre cet objectif. Pourtant, le potentiel du secteur touristique et son véritable poids dans les échanges risquent encore d'être négligés dans les négociations, notamment par rapport aux objectifs de développement et de durabilité.

Jusqu'à présent, malgré son traitement dans l'AGCS et la place impressionnante que lui font les listes nationales d'engagements spécifiques, le tourisme n'a pas joué de rôle important dans les négociations commerciales. La définition et la classification du tourisme employées dans les négociations cachent aux négociateurs des éléments clés de ce secteur ou les en dissocient, ce qui est en contradiction avec la réalité du marché. Les interfaces essentielles avec les secteurs connexes n'ont pas été bien définies et structurées. Et ces aspects n'ont pas été spécialement adaptés pour donner la priorité au développement et à la durabilité.

À ce jour, l'instrument ne sert efficacement ni le secteur ni l'économie dans son ensemble. Compte tenu de la rapidité de l'essor de l'activité touristique partout dans le monde et des possibilités dans ce domaine des pays en développement en général et des PMA en particulier, il ne faudrait plus laisser ces questions en marge des négociations.

Il est évident qu'il importe que les mécanismes du cycle du développement soient structurés de façon, d'une part, à tirer parti des points forts du tourisme et, chaque fois que ce sera possible, à les affermir et, d'autre part, à s'occuper de ses points faibles et à les réduire au minimum. Il s'agit tout particulièrement :

- de reconnaître que le tourisme a une grande force d'entraînement pour de nombreux secteurs économiques en amont et en aval et d'éliminer les obstacles à sa croissance dans *toute* la chaîne de l'offre, telle que la définissent les classifications statistiques des Nations Unies et le *compte satellite du tourisme* ;
- de considérer le tourisme comme un service *fourni et consommé à l'étranger*, ce qui signifie que les consommateurs de tourisme franchissent les frontières nationales, et d'éliminer tous les obstacles injustifiés et cachés à ces déplacements transfrontières ;
- de reconnaître, indépendamment de la classification des services, la dépendance fondamentale du tourisme par rapport aux engagements de libéralisation favorisant la liberté de circulation sur les réseaux de transport et l'accès équitable et sans restrictions aux circuits de distribution et d'information et garantissant l'existence d'une infrastructure satisfaisante et l'élimination systématique des barrières réglementaires qui nuisent à l'efficacité des activités ; dans ce contexte, de reconnaître tout spécialement la dépendance du tourisme des pays en développement à l'égard de la desserte aérienne et de l'infrastructure qui y est liée ;
- de faire en sorte que la libéralisation crée des conditions équitables de concurrence permettant la croissance de toutes les entreprises sans discrimination et avec des filets de sécurité efficaces pour les marchés en développement ;
- d'atténuer les fuites injustes de recettes vers les marchés d'origine, fuites qui limitent les revenus des prestataires de services des destinations et qui réduisent au minimum les effets positifs du tourisme sur le développement économique et social, et d'encourager les liaisons avec les biens et services d'appui locaux, et enfin
- de réduire au minimum les effets négatifs du tourisme sur les communautés locales, le milieu naturel et la biodiversité.

L'OMT est prête à soutenir l'accélération des échanges de services touristiques, avec pour objectifs le développement, la durabilité et la réduction de la pauvreté, et à collaborer encore plus étroitement avec l'OMC pour s'attaquer aux problèmes structurels sous-jacents concernant le rôle du tourisme dans le commerce des services relativement au développement et à la durabilité.

L'OMT s'est également engagée à unir ses forces à celles d'institutions d'appui dont d'autres institutions des Nations Unies comme le PNUD, la CNUCED et l'OACI, les institutions de Bretton Woods et les banques de développement, le CCI et d'autres organisations analogues de création ou de renforcement des moyens, ainsi qu'aux forces du secteur privé et de la société civile, afin de contribuer à la réalisation des objectifs du cycle.

