



Réconcilier l'offre et la demande

Marion Libreros

Contenu

Revoir la cohérence du vecteur de demande touristique ou de consommation touristique

Réorganiser l'offre suivant les principes du CST

Elaborer le tableau 6 du CST

Vérifier la logique des résultats; que faire en cas d'incohérence?

Déduire les grands agrégats et les comparer à ceux des autres pays

Les étapes suivantes...

Bénéfice d'un effort de réconciliation même partielle

Celà permet:

- de faire un premier diagnostic de la situation et d'une apparente cohérence (ou incohérence); définir où les efforts doivent se concentrer
- Utiliser les résultats obtenus (qui souvent déplaisent...) pour solliciter plus de ressources pour générer des informations indispensables...
- Capitaliser l'expérience pour faire mieux la prochaine fois

Réconcilier l'offre et la demande: pourquoi et comment?

- Situation concrète des pays:
 - Demande:
 - pas toutes les formes de tourisme (souvent, il manque le tourisme interne...);
 - pas de calcul de la consommation touristique; (il manque les résidences secondaires, les consommations imputées...)
 - calcul pour une seule année;
 - Les données de la BdP (poste « voyages ») sont très agrégées...

Information sur l'offre

–Offre:

- Série de Comptes nationaux par extrapolation des observations directes de l'année de base;
- mesures partielles de certaines activités caractéristiques (hébergement marchand formel, restaurants): pas d'effort particulier pour mesurer les activités informelles...

Stratégies: La demande

- Clarifier le champ observé (voyages):
 - Formes de tourisme
 - Touristes et excursionnistes (souvent les excursionnistes sont exclus en première instance)
 - Dans le cas du tourisme récepteur, vérifier que tous les postes frontières sont bien couverts...
 - Définir si besoin est un intervalle de confiance des estimations;
- Revoir les méthodes d'observation de la dépense
- Vérifier les tableaux 1, 2 et 4 et identifier les sources et faiblesses (pour savoir où « lâcher » du lest)...
- Passer toutes les données à la même année que celle de l'offre

Stratégies sur l'offre

- Convertir les TRE au format du tableau 5 du CST:
 - Réorganiser les activités; en décomposer certaines (en particulier Hébergement et restaurants)
 - Réorganiser les produits, en décomposer certains (qui sont dans les ERE mais pas les TRE(matrices))
 - Revoir des traitement différents entre CN y CST:
 - Correction territoriale (la rubrique « voyages » détaillée)
 - Traitement des services des agences de voyage
 - Les marges sur les biens
- Revoir les niveaux de l'offre en fonction d'informations recueillies sur les activités informelles

Exemple de la Côte d'Ivoire et ERE d'autres pays...

Tableau 5: Comptes de production des industries du tourisme et des autres industries (aux prix de base)

INDUSTRIES DU TOURISME			INDUSTRIES DU TOURISME			Production des producteurs internes (aux prix de base)		
Produits	1. Hébergement des visiteurs (5.1)	1.a. Hébergement des visiteurs autres que 1.b. (5.1a)	1.b. Hébergement associé à tous les types de propriété de maison de vacances (5.1b)	11. Commerce de détail de biens caractéristiques du tourisme propre aux pays (5.11)	12. Industries du tourisme propre aux pays (5.12)	TOTAL (5.13)	Autres Industries (5.14)	(5.15) = (5.13) + (5.14)
A. Produits de consommation (*)								
A.1. Produits caractéristiques du tourisme								
1. Services d'hébergement des visiteurs								
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b.								
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de vacances								
2. Services de restauration								
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs								
4. Services de transport routier de voyageurs								
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs								
6. Services de transport aérien de voyageurs								
7. Services de location de matériel de transport								
8. Agences de voyages et autres services de réservation								
9. Services culturels								
10. Services sportifs et autres services récréatifs								
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays								
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays								
A.2. Autres produits de consommation (a)								
B. Produits de non consommation								
B.1. Dépôt de valeur								
B.2. Autres produits de non consommation (**) (b)								
I = PRODUCTION TOTALE (aux prix de base)								
II = CONSOMMATION INTERMÉDIAIRE TOTALE (aux prix d'acquisition) (c)								
I - II = VALEUR AJOUTÉE BRUTE TOTALE (aux prix de base)								
Remunération des salariés								
Autres impôts nets de subventions sur la production								
Revenus moins brut								
Excédent brut d'exploitation								

(*) La valeur « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.
 (**) Comprend toutes les autres biens et services qui circulent dans l'économie de référence.

Exemple de données disponibles sur l'offre

Côte d'Ivoire					unité de mesure:					
id produit	nom produit	Production (Vb)	IMPORTATIONS	AUTRES IMPOTS	TVA	TOTAL RESSOURCES (prix d'acquisition)	Consommation intermédiaire	Consommation finale ménages	EXPORTATIONS	TOTAL EMPLOIS (prix d'acquisition)
033	Services d'hôtellerie et de restauration									
033001	Services d'hôtellerie									
033001000	Services d'hôtellerie	29.917			1.019	30.936	5.371	25.565		30.936
033002	Services de restauration et bar									
033002000	Services de restauration et bar	66.289			205	66.494	3.269	63.225		66.494
034	Transports et communication									
034001	Transports ferroviaires									
034001001	Transports ferroviaires de passagers	6.249	731		130	7.110		7.058	52	7.110
034001002	Transports ferroviaires de marchandises	28.728	8.862	1.925	809	40.344	8.166	12.362	19.816	40.344
034002	Transports routiers et par conduite									
034002001	Transports de voyageurs par taxis	185.259	1.089		158	186.506		186.429	77	186.506
034002002	Autres transports routiers de voyageurs urbains	53.042	731	919	1.706	56.398	28.361	27.985	52	56.398
034002003	Autres transports routiers de voyageurs interurbain	70.860	1.089	704	363	73.016	12.163	60.776	77	73.016
034002004	Transports routiers de marchandises	120.938	20.704		270	141.912	58.173	41.969	41.770	141.912
034003	Transports par eau									
034003000	Transports maritimes et lagunaires	7.269	65.000	560	3.792	76.621	70.420	4.410	1.791	76.621
034004	Transports aériens									
034004000	Transports aériens	9.434	45.324	445	2.695	57.898	19.259	34.587	4.052	57.898
034005	Services annexes et auxiliaires des transports									
034005001	Services de maintenance, d'entreposage, de gestion	363.238		244	13.325	376.807	274.222	102.585		376.807
034005002	Services des agences de voyages	10.740		330	204	11.274	1.095	10.179		11.274
44000000	Correction territoriale*		185.734			185.734		97.973	87.761	185.734

* vient de la rubrique "Voyages" de la Bdp

Tableau 6: Offre intérieure totale et consommation du tourisme intérieur par produit (aux prix d'acquisition)

Produits	INDUSTRIE/DT		Production intérieure (aux prix de base)		Taux nettes de subventions sur les produits fabriqués au niveau national et importés		Marges de commerce et de transport		Offre intérieure (aux prix d'acquisition)		Consommation du tourisme intérieur		Ratio du tourisme (%)	
	Production (S.1)	Part du tourisme (voitance)	Productions (S.15) = (S.13) + (S.14)	Part du tourisme (montant)	Valeur totale (6.1)	Part du tourisme (montant) (6.2)	Production (6.3)	Part du tourisme (montant) (6.3)	Production (6.4) = (S.15) + (6.1)	Part du tourisme (montant) (6.4)	(6.3)	(6.3) / (6.4) * 100	(6.3)	(6.3) / (6.4) * 100
A. Produits de consommation (*)														
A.1. Produits caractéristiques du tourisme														
1. Services d'hébergement des visiteurs														
1a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1b														
1b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriétés de maisons de vacances														
2. Services de restauration														
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs														
4. Services de transport routier de voyageurs														
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs														
6. Services de transport aérien de voyageurs														
7. Services de location de matériel de transport														
8. Agences de voyages et autres services de réservation														
9. Services culturels														
10. Services sportifs et autres services récréatifs														
11. Biens caractéristiques de tourisme propre aux pays														
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays														
A.2. Autres produits de consommation (S.1)														
B. Produits de non consommation (S.1)														
B.1. Départs de résidents														
B.2. Autres produits de non consommation (**) (S.1)														
I. = Production totale (aux prix de base)														
T. = Consommation intermédiaire totale (aux prix d'acquisition) (S.1)														
S. = Valeur ajoutée brute totale des activités (aux prix de base)														
Représentation des transactions														
Autres impôts nets de subventions sur la production														
Revenu mis en location														
Excédent brut d'exploitation														

X : sans objet.

... : signifie que toutes les industries du tourisme de la liste proposée doivent être considérées une par une dans cette énumération.

(*) La valeur « A. Produits de consommation » est nette des montants bruts payés aux agences de voyage, voyagistes et autres services de réservation.

(**) Comprend tous les autres biens et services qui circulent dans l'économie de référence.

(***) Les importations excluent les achats directs des résidents à l'étranger.

Conclusions

- Le premier essai donne en général une première vision des incohérences qui existent entre les sources... et donc du travail qui reste à faire;
- Le CST obtenu ne sera pas nécessairement totalement cohérent avec les chiffres des CN mais il aura peut-être permis d'identifier des lacunes (en particulier des activités mal estimées par l'importance de l'informalité...) ou des différences entre estimations en évolution (CN) et estimations en niveau (CST);
- Il permet aussi d'essayer d'avoir une idée de l'importance relative que peut avoir le tourisme interne et de l'importance possible d'essayer de le mesurer: le tourisme, ce n'est pas seulement une source de devises mais aussi d'emploi dans les régions à intérêt touristique et d'emploi féminin....

Merci!



Marion PINOT LIBREROS
consultant

@unwto.org

Visitez-nous à unwto.org