

DIRECTION DE LA SCIENCE, DE LA TECHNOLOGIE ET DE  
L'INDUSTRIE

**EXAMEN DE LA POLITIQUE NATIONALE DU  
TOURISME DU MEXIQUE**

**Octobre 2001**

## **EXAMEN DES POLITIQUES NATIONALES DU TOURISME**

### **LA POLITIQUE DU TOURISME DU MEXIQUE ET SON EVOLUTION**

**(Note du Mexique)**

Le 1<sup>er</sup> décembre 2000, un nouveau gouvernement a pris ses fonctions. Conformément à la loi sur le Plan (*Ley de Planeación*), le Plan national de développement 2001-2006, qui expose les grandes orientations du gouvernement pour les six années à venir, a été publié en mai dernier. Plusieurs programmes sectoriels découlant du Plan sont déjà diffusés ou sont sur le point de l'être. Le Programme national pour le tourisme, qui est du nombre, sera publié à la fin d'octobre 2001. Les sections de la présente note qui concernent la politique du tourisme sont tirées des différentes versions de ce document.

#### **I. EVOLUTION DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE**

On trouvera en annexe au présent document un examen détaillé de l'évolution du tourisme au Mexique.

##### **Stabilité macroéconomique pendant la transition vers une nouvelle administration**

Même si la poursuite des réformes structurelles dans les domaines financier et énergétique pose un défi considérable et que les perspectives à court terme sont assombries par le ralentissement de la croissance ou la récession observés à l'étranger, les prévisions économiques à moyen terme, notamment dans le secteur du tourisme, demeurent très favorables et comptent parmi les meilleures des pays émergent. De fait, les marchés financiers ont commencé à en prendre conscience puisque la prime de risque sur la dette souveraine du Mexique a baissé régulièrement, et est inférieure à celle des autres pays émergents.

##### **Impact économique du tourisme**

En 2000, selon des chiffres préliminaires, la part du tourisme dans le PIB total a été de 8.9 pour cent, en hausse par rapport à 8.1 pour cent en 1993. Les données disponibles sur la répartition des activités touristiques pour la période comprise entre 1993 et 1998 indiquent que les services de transport liés au tourisme ont représenté en moyenne 29.2 pour cent du PIB touristique, auquel les restaurants et les bars ont contribué pour 24.8 pour cent, les hôtels et autres services d'hébergement pour 12.7 pour cent, les commerces pour 12.3 pour cent, l'artisanat et les autres produits pour 11.4 pour cent et les différentes autres activités touristiques pour 9.6 pour cent. Plus de la moitié de la valeur ajoutée brute des hôtels et restaurants (51.4 pour cent) est imputable à la demande touristique, qui concerne 28.6 pour cent des activités de transport et 18.6 pour cent des activités de loisirs.

##### **Evolution du tourisme international et du tourisme intérieur**

**Tourisme international : arrivées** Pendant les années 90, le nombre de touristes qui se sont rendus au Mexique s'est accru à un rythme annuel moyen de 1.9 pour cent, pour atteindre, en 2000, 20.6 millions

d'arrivées, ce qui est nettement inférieur au taux de croissance mondial des arrivées de touristes internationaux. Pendant la décennie, le nombre de visiteurs d'un jour a connu une augmentation annuelle de 2.7 pour cent et, en 2000, a dépassé les 80 millions. Depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA, en 1994, la frontière américano-mexicaine est parmi les plus fréquentées du monde.

De 1990 à 2000, les dépenses de l'ensemble des visiteurs sont passées de 5.5 à 8.3 milliards d'USD, ce qui représente un taux de croissance annuelle de 4.1 pour cent. Là encore, ces résultats sont inférieurs aux recettes touristiques réalisées à l'échelle mondiale au cours de la décennie, qui ont d'après l'OMT progressé au rythme annuel de 6 pour cent. Toutefois, en ne prenant en compte que les recettes imputables aux touristes, le taux de croissance annuel a été de 5 pour cent, ce qui se rapproche de la moyenne obtenue à l'échelle mondiale. En 2000, les recettes du tourisme ont représenté 78 pour cent de l'ensemble des recettes imputables aux visiteurs.

***Tourisme international : sorties*** Au Mexique, comme ailleurs, les voyages à l'étranger sont étroitement liés à la conjoncture intérieure et aux fluctuations du taux de change réel, qui ont connu d'importantes variations dans les années 90, en particulier lors de la crise de 1995, au cours de laquelle le PIB, ce qui ne s'était jamais vu, a chuté de 6.2 pour cent et où le peso a perdu 45 pour cent de sa valeur en termes réels.

Le nombre de résidents mexicains allés à l'étranger est passé de 7.4 millions en 1990 à 12 millions en 1994. De 1991 à 1994, années qui correspondent à une période d'expansion stimulée par la consommation, le rythme de l'augmentation a été de 13.2 pour cent par an. A la suite de la crise de décembre 1994 et de la dévaluation du peso, ce taux a chuté de 30 pour cent en 1995, et s'est ensuite accru de 5.6 pour cent par an. En 2000, le nombre de Mexicains ayant effectué des voyages à l'étranger s'est établi à 11 millions.

***Tourisme international : balance des paiements*** Les données sur les flux touristiques mentionnées ci-dessus font état d'importantes fluctuations des flux monétaires vers l'étranger et d'une tendance à la stagnation dans les années 90, ainsi que d'une croissance régulière des recettes touristiques qui a eu tendance à s'accélérer dans la deuxième moitié de la décennie. La plus grande part de l'accroissement des recettes depuis 1995 a par conséquent eu tendance à accentuer l'excédent général au compte du tourisme. Ainsi, jusqu'à 1994, le compte des visiteurs de la balance des paiements, tout en enregistrant des excédents presque chaque année, a rarement franchi la barre du milliard d'USD. Mais de 1995 à 2000, on a enregistré des excédents de 2.6 à 3.5 milliards d'USD, et la part du déficit d'autres secteurs de l'économie financée par le tourisme s'en est trouvée largement accrue.

***Tourisme intérieur :*** Le tourisme intérieur est la pierre angulaire de l'industrie touristique. Ainsi qu'il a été dit précédemment, plus de 80 % des dépenses totales des voyageurs sur le marché intérieur sont imputables aux résidents qui voyagent dans le pays. Toutefois, l'importance du tourisme intérieur varie considérablement selon les destinations et les différents sous-secteurs de l'industrie touristique.

## **Répartition spatiale et temporelle de la demande touristique**

***Fluctuations saisonnières de la demande :*** En 2000, le nombre de touristes venus au Mexique (à l'exclusion de ceux qui restent le long de la frontière) s'est établi en moyenne à 883 000 personnes. Les dépassements les plus importants de cette moyenne, enregistrés en mars, en juillet et en décembre, et qui ont respectivement été de 24, 16 et 14 pour cent pour ces trois mois, correspondent aux vacances de printemps, d'été et de Noël aux Etats-Unis. La basse saison se situe en septembre et octobre, mois où les flux touristiques sont respectivement inférieurs d'un tiers et d'un cinquième à la moyenne. Même si ces

variations sont considérables, elles le sont beaucoup moins que dans d'autres pays. Cela tient à des raisons climatiques, dans le cas des stations balnéaires ouvertes toute l'année, de même qu'à la diversité des destinations proposées au Mexique, qui fait par exemple qu'octobre, où le taux d'occupation est le plus faible dans les stations balnéaires, est le mois où les destinations urbaines sont le plus fréquentées.

**Répartition géographique du tourisme :** Le tourisme a eu une incidence sur le développement de plusieurs régions du pays. Il est toutefois resté concentré sur un nombre restreint de destinations, surtout le tourisme international. Le tourisme a donc grandement contribué au développement régional, ce qui est un objectif de longue date de la politique du tourisme, mais il reste beaucoup à faire.

## **II. LA POLITIQUE NATIONALE DU TOURISME DU MEXIQUE**

### **HISTORIQUE ET OBJECTIFS**

#### **La politique du tourisme dans le cadre du Système national de planification participative**

Le Programme national du tourisme pour la période 2001-2006 est le principal instrument dont se servira le gouvernement fédéral pour planifier la politique des instances officielles du tourisme ainsi que leurs liens avec les autres organismes publics. Il sert également de cadre pour la formulation des principes directeurs de la coordination des actions des administrations locales, du secteur privé et d'autres parties prenantes de l'industrie.

Le Programme s'inscrit dans le cadre général du Plan national de développement pour la période 2001-2006. Il permettra d'atteindre les trois objectifs suivants :

- accroître la compétitivité de l'économie en général ;
- promouvoir le développement économique équilibré à l'échelon régional, et
- créer les conditions d'un développement durable.

Le Programme est le résultat de la consultation extensive de toutes les parties prenantes. Cette consultation a été menée par le biais de 43 audiences publiques, de 32 forums (à raison d'un forum par Etat), de 11 séances de planification avec des spécialistes de différents domaines, de cinq réunions régionales avec les autorités touristiques des administrations locales et de six réunions avec des organismes du secteur privé et des représentants du milieu de l'enseignement et de la recherche dans le domaine du tourisme. Le processus de consultation, auquel ont participé plus de 2 600 intervenants et qui a donné lieu à la présentation de plus de 400 documents, a permis d'aborder presque tous les sujets liés au tourisme. Les questions qui ont été le plus souvent soulevées concernaient le développement régional et les liens avec les autorités locales, le développement durable, la qualité des services touristiques, la compétitivité et la promotion.

Les perspectives que tracent l'industrie et le gouvernement pour le tourisme, à long terme, sont exprimées en ces termes dans le Programme :

*« D'ici à 2025, le Mexique sera un pays de premier plan pour le tourisme grâce à la diversification de ses marchés, de ses produits et de ses destinations, et ses entreprises seront compétitives aux niveaux national et international. Il sera tenu compte du rôle crucial du tourisme dans le développement économique et cette industrie aura progressé dans le respect total de l'environnement naturel, culturel et social tout en contribuant à renforcer l'identité nationale. »*

La réalisation de ces objectifs nécessitera les efforts conjugués de tous les intervenants de l'industrie. Les organismes du gouvernement fédéral directement chargés du tourisme dirigeront le processus. La mission du secteur public au niveau fédéral est par conséquent énoncée comme suit :

« Diriger le développement du tourisme national, coordonner les actions des différents organismes et niveaux d'administration par des activités de planification, des mesures en faveur du développement de l'offre et de l'exploitation des services de tourisme, et par la promotion du Mexique sur le marché touristique. »

### **Objectifs, stratégies et actions gouvernementales**

La politique du tourisme s'articule sur quatre ensembles d'objectifs étroitement liés. A chaque objectif correspond un secteur d'efficacité défini au regard des buts du programme :

- Le premier, qui est l'axe autour duquel gravitent les trois autres, vise à renforcer l'idée que **le tourisme est une priorité nationale** ;
- Le deuxième vise à donner **entière satisfaction aux touristes** qui voyagent au Mexique ;
- Le troisième englobe les actions permettant de créer des **destinations durables** ; et
- Le quatrième porte sur le développement accru d'**entreprises concurrentielles**.

### **LE TOURISME, UNE PRIORITE NATIONALE**

Même si le tourisme apporte une contribution importante au développement national, son rôle est mal connu. Souvent considéré comme une activité frivole, c'est récemment seulement que l'opinion publique et les décideurs ont pris conscience de ses mérites. Ses atouts comme outil de développement sont souvent vantés mais dans la pratique, le tourisme ne bénéficie pas des ressources publiques, que ce soit sous forme de soutien économique ou de mesures, nécessaires pour réaliser son potentiel.

Le Plan national de développement cherche à supprimer cette contradiction. Il stipule que « le tourisme est une priorité pour l'Etat, qui est par conséquent déterminé à assurer sa compétitivité ». Cet objectif doit être atteint au moyen du Programme national pour le tourisme. Les grandes orientations et les actions gouvernementales qui feront du tourisme une priorité nationale sont énumérées ci-dessous :

### **Conception et mise en œuvre d'une politique nationale du tourisme.**

#### ***Planification du développement touristique***

- Programme national pour le tourisme pour la période 2001-2006
- Intégration du tourisme dans le Système national de planification participative
- Application de programmes annuels par les organismes de tourisme du secteur public
- Formulation de scénarios et de principes directeurs d'orientation à long terme (horizon 2025)
- Soutien technique permanent aux administrations locales en matière de planification

***Articulation avec d'autres politiques*** : Le secteur touristique est concerné par de nombreuses autres politiques dans le cadre desquelles ses intérêts sont souvent négligés au profit d'autres groupes dont les

intérêts sont plus clairement exprimés. Il est de prime importance que cette situation change pour que le tourisme puisse contribuer pleinement au développement économique et social. Des groupes de travail intersectoriels commencent déjà à se constituer avec d'autres ministères afin de trouver un terrain d'entente dans des domaines où s'exercent des responsabilités communes, afin d'assurer que le point de vue de l'industrie soit pris en compte. Les domaines visés sont notamment : la politique des transports ; la promotion ; le développement durable ; la formation et les ressources humaines ; la politique financière ; les incitations destinées aux touristes et aux entreprises ; la politique culturelle et patrimoniale ; la sécurité et l'ordre ; l'écotourisme ; le développement social ; l'information et les statistiques ; le tourisme et la santé ; la politique des infrastructures.

***Liens permanents avec le Congrès :*** Dans le cadre de la recherche d'un consensus et afin d'assurer une plus grande transparence, des réunions mensuelles sont prévues avec la commission du tourisme du Sénat et de la Chambre des députés.

***Evaluation du secteur.*** Grâce à une appréciation continue au regard d'objectifs et de cibles quantifiés, et à l'évaluation de l'impact des actions des pouvoirs publics sur les objectifs fixés pour le secteur, les autorités pourront juger de l'efficacité des interventions et repenser les actions et les objectifs au besoin.

- Rapports mensuels et annuels sur les performances des organismes du secteur public
- Evaluation des données et des évolutions qui se dessinent
- Evaluation de l'impact de la politique menée par les pouvoirs publics

***Redéfinition du cadre juridique du ministère du tourisme.*** Il sera demandé que la loi renforce les attributions du ministère du tourisme en matière de planification territoriale et de classification des services ainsi que son droit d'être consulté, notamment en ce qui concerne la réglementation des finances, de l'environnement et des transports.

### **Production et diffusion d'informations pertinentes**

Les statistiques et les informations sur le tourisme ont en général beaucoup progressé au cours des dernières années. La publication du Compte satellite du tourisme (CST) et l'amélioration du Système d'information touristique des Etats en témoignent. Cependant, la prise de décision, tant dans le secteur public que dans le secteur privé, exige des informations de meilleure qualité et plus systématiques, accessibles à plus bref délai et plus facilement. Il faudrait approfondir les recherches sur l'évolution du tourisme et sur des marchés particuliers.

### ***Recherche sur le tourisme***

- Mener des projets de recherche et en communiquer les résultats
- Utiliser davantage les technologies de l'information
- Coordonner les efforts de recherche avec les établissements d'enseignement supérieur
- Fournir une aide technique aux personnes qui effectuent de la recherche sur le tourisme

### ***Surveillance des résultats de l'industrie touristique***

Les statistiques du tourisme mexicain manquent en général de fiabilité, en particulier dans le secteur privé. En outre, les entreprises privées manifestent quelques réticences à fournir les renseignements de base nécessaires à l'établissement des statistiques. Une initiative a été lancée pour créer un Système national

d'information touristique en collaboration avec les autorités locales, les associations professionnelles et les organismes officiels chargés des statistiques de base. Ce système fera l'objet d'une vérification externe afin d'évaluer la qualité des méthodes utilisées et des résultats obtenus.

- Comité technique des statistiques du tourisme
- Création et mise à jour continue de l'Inventaire national des services touristiques
- Remaniement de l'enquête hebdomadaire et mensuelle sur l'activité hôtelière
- Remaniement du Système d'information touristique des Etats
- Création du Système national d'information touristique

### ***Mesure de l'impact économique du tourisme***

- Mise à jour continue du CST
- Elargissement du CSA
- Etude sur la rentabilité des entreprises touristiques
- Analyse économique du tourisme

### **Améliorations apportées au cadre réglementaire**

L'excès de réglementation, du côté de l'offre comme de la demande, est depuis longtemps considéré comme un frein considérable à la croissance du tourisme. Même si d'importantes mesures ont été prises par le passé pour remédier à ce problème, les missions difficilement conciliables des différentes agences participant directement ou indirectement à la réglementation des activités des entreprises et des voyageurs ont entravé les progrès dans ce domaine. Il est à prévoir que les nouveaux aménagements institutionnels qui font davantage place au secteur dans différents organismes de coordination déboucheront sur des progrès.

### ***Améliorations apportées à la réglementation.***

Dans le cadre de son programme d'action initial de 100 jours, le nouveau gouvernement a inauguré un ambitieux Projet national de stimulation du tourisme. Ce projet a pour objectif de traiter 147 questions particulières regroupées sous sept rubriques générales se rapportant aux différents problèmes qui affectent les activités des voyageurs (difficultés liées à l'entrée temporaire de véhicules, à l'obtention de permis de pêche ou encore à l'accès aux sites patrimoniaux) et des entreprises (utilisation des plages, études d'impact sur l'environnement, réglementation des services maritimes, etc.)

La Commission exécutive, qui réunit des représentants de tous les ministères ayant une influence sur le tourisme et de tous les segments de l'industrie ainsi que les autorités locales, aura pour mandat de surveiller les progrès réalisés dans la mise en œuvre du projet de stimulation du tourisme.

### ***Modifications législatives***

La loi sur le tourisme et les règlements connexes en vigueur à l'échelon national seront actualisés afin de mieux correspondre à la réalité de l'industrie. En particulier, l'accent sera mis sur la délégation accrue de fonctions aux autorités locales.

## **Modernisation des organismes publics à vocation touristique**

Compte tenu de la nécessité d'améliorer l'efficacité et la qualité du service public afin d'atteindre les objectifs énoncés dans le Programme, les organismes publics à vocation touristique ont entamé un processus d'innovation et d'amélioration de la qualité fondé sur les grandes orientations suivantes :

### ***Redéploiement des organismes publics à vocation touristique dans l'administration.***

Dans le cadre des actions initiales, les institutions touristiques ont été soumises à un processus qui a permis de redistribuer les fonctions afin d'accroître la spécialisation, d'éviter les chevauchements et d'améliorer l'efficacité. Le ministère assurera la planification générale, la gestion des affaires liées à l'exploitation des services touristiques et la prestation des services aux touristes. FONATUR, l'agence immobilière et de services financiers de l'Etat dans le secteur touristique, s'occupera des questions ayant trait à la croissance de l'offre. L'Office du tourisme s'attachera surtout aux activités de promotion, notamment à l'organisation de la foire annuelle d'Acapulco, qui relevait auparavant du ministère.

- Budgétisation et gestion des processus administratifs axées sur les résultats
- Redéfinition des règles fonctionnelles
- Introduction de primes liées aux résultats
- Recentrage de la direction sur les résultats, l'amélioration de la qualité et l'efficacité fonctionnelle
- Mise en œuvre d'un régime de la fonction publique

### ***Amélioration de la gestion des affaires courantes dans le secteur public***

La deuxième étape du processus d'innovation et d'amélioration de la qualité comportera les mesures suivantes :

- Création de groupes de concertation pour promouvoir l'innovation et la qualité du service
- Redéfinition des processus administratifs et des projets en fonction des objectifs stratégiques
- Formation sur place pour renforcer les compétences et améliorer les attitudes
- Redéfinition de la communication au sein des organismes

## **Le Mexique dans le contexte international**

Dans la logique du nouveau positionnement de la politique internationale du Mexique, le tourisme est considéré comme un moyen de promouvoir l'intérêt national par le biais de la coopération dans des organismes multilatéraux et d'accords bilatéraux, afin de multiplier les liens et les échanges avec les autres pays. Le Mexique envisage avec intérêt de connaître l'expérience des autres pays et de communiquer les siennes à ceux que cela pourrait intéresser.

### ***Participation active aux forums touristiques internationaux***

Le Mexique continuera de participer aux principales rencontres multilatérales concernant le tourisme organisées à l'échelon régional et international. Celles-ci se tiennent notamment sous l'égide de l'Organisation mondiale du tourisme, de l'OCDE, de l'Association des Etats de la Caraïbe, de l'APEC et de la PATA. Il étudiera de près la possibilité de mener des activités d'intégration dans le cadre du plan

nommé *Plan Puebla Panama*, qui prévoit d'importantes initiatives dans le domaine du développement et de la coopération touristiques. Les actions menées au sein de ces organisations viseront à :

- Renforcer le rôle du Mexique dans les organisations qui s'occupent de questions se rapportant au tourisme.
- Faire valoir dans le cadre de ces organisations les initiatives de coopération, en particulier celles qui favorisent le développement durable du tourisme.
- Mettre l'accent, dans le cadre de ces organisations, sur les thèmes de préoccupation qui touchent de plus près la politique touristique du Mexique.

#### ***Actualiser les relations bilatérales en matière de tourisme.***

Le Mexique cherchera à instaurer une coopération sur le plan touristique dans ses relations bilatérales avec les autres pays, notamment avec plusieurs pays de la région caraïbe, pour lesquels le tourisme est le moteur du développement économique. De même, pour les accords bilatéraux déjà en place ou qui seront conclus dans l'avenir, l'accent sera mis sur les mécanismes opérationnels visant à garantir la conformité aux dispositions dans les délais.

### **ENTIERE SATISFACTION DES TOURISTES**

Le progrès technologique et la mondialisation ont grandement contribué à rendre plus accessible un nombre croissant de destinations partout dans le monde. La concurrence s'est considérablement intensifiée et il n'est pas exagéré de dire que le tourisme, auparavant dominé par l'offre, est devenu une activité axée sur les consommateurs. Les choix des voyageurs sont de plus en plus déterminés par la singularité de l'expérience et des activités proposées par une destination en particulier. La promotion, fondée sur les qualités propres aux expériences proposées, est de plus en plus onéreuse compte tenu de la part de marché que l'on peut espérer attirer en contrepartie d'un niveau de dépenses donné. Pour donner satisfaction aux clients, cependant, il faut faire en sorte qu'ils vivent une expérience correspondant aux attentes créées par les activités promotionnelles des destinations hôtes. De plus en plus, cette satisfaction exige un environnement sûr, et qui est perçu comme tel. L'amélioration continue de la qualité de la prestation des services touristiques est considérée, dans un marché où la concurrence est de plus en plus vive, comme une condition préalable au maintien et à l'accroissement de la part de marché. L'entière satisfaction des touristes concerne tous les aspects de leur voyage, depuis le moment où ils réagissent à une promotion jusqu'à leur retour. Les objectifs et les initiatives prises à cet égard sont résumés ci-après :

#### **Renforcement de la promotion**

La promotion relève de la responsabilité conjointe de l'Office du tourisme du Mexique, récemment créé, et du ministère du tourisme, lequel préside le conseil d'administration de l'Office du tourisme. Cette organisation efficace est constituée d'organes de décision comprenant des autorités de l'administration fédérale, des représentants d'administrations locales et des membres influents du secteur privé. Le secteur privé détient 14 des 29 sièges au conseil, les autorités locales 12 et l'administration fédérale, trois. L'Office du tourisme est à l'écoute du marché, mène ses campagnes sur plusieurs années et est relativement à l'abri de changements contraignants à caractère politique. Son financement provient d'une taxe perçue auprès des visiteurs en provenance de l'étranger et de la taxe hôtelière prélevée par les administrations locales de 30 Etats qui réalisent ensuite des opérations de contrepartie avec l'Office du tourisme. Ses initiatives font partie intégrante du Programme national du tourisme et comprennent les éléments suivants :

- Planification stratégique du marketing
- Promotion sur les marchés national et international (relations publiques, campagnes de publicité et marketing direct).
- Dispositifs visant à stimuler et à coordonner les activités promotionnelles des autres intervenants afin d'accroître les ressources affectées à la promotion. Cette coordination se fait avec les autorités des destinations, les administrations locales, les entreprises nationales et les grossistes étrangers.

### **Sécurité, assistance et information touristique**

De plus en plus, le facteur sécurité préoccupe les voyageurs et conditionne leurs choix. La perception de la sécurité d'une destination a toujours été déterminante. A la suite des événements du 11 septembre, le ministère du tourisme a été intégré au comité de haut niveau qui est principalement chargé du renforcement des mesures visant à assurer la sécurité des touristes. Hormis les mesures d'urgence, les principes directeurs en matière de sécurité sont les suivants :

- Sécurité et assistance routières accrues. La « patrouille des anges verts », une initiative spécifiquement mexicaine, qui a pour mandat de prêter assistance aux touristes, est élargie et dotée d'un équipement modernisé, et ses membres reçoivent une formation encore plus poussée.
- Meilleure coordination avec les autorités locales pour sécuriser davantage les destinations touristiques, notamment création d'entreprises spécialisées.
- Centralisation des services d'information touristique faisant appel à des modules d'information, au téléphone, à la télécopie et à l'Internet.
- Facilitation des services d'immigration pour les Mexicains résidant à l'étranger.

### **Amélioration de la qualité des services touristiques**

Dans l'environnement touristique d'aujourd'hui, où la concurrence est de plus en plus serrée, la qualité est souvent le principal critère qui détermine la capacité à maintenir ou accroître la part de marché. La croissance rapide de l'emploi dans le secteur du tourisme et l'intégration du changement technologique par les entreprises nécessitent des compétences qui ne sont pas toujours accessibles immédiatement sur le marché. La qualité doit par conséquent être mesurée et certifiée de manière à ce que les consommateurs aient plus facilement accès à l'information sur ce sujet lorsqu'ils prennent leurs décisions d'achat. Mais la qualité est également fonction de l'attitude des personnes qui traitent directement avec les visiteurs et, de manière générale, de l'accueil des collectivités hôtes. Une action commune fructueuse pourrait être envisagée autour de la notion de « culture touristique ». Les principes directeurs conçus pour améliorer la qualité des services touristiques inclus dans le programme mis sur pied par la nouvelle administration sont les suivants :

#### ***Amélioration des ressources humaines dans le secteur touristique***

- Evaluation des besoins et des possibilités d'amélioration des ressources humaines
- Création d'un système national de formation en tourisme ,
- Certification des compétences de concert avec les syndicats, les associations patronales et les autorités locales ;
- Aide à la conception du matériel didactique.

### *Amélioration de la qualité du service*

Le label « H » est déjà reconnu au Mexique comme symbole de normes élevées d'hygiène dans la gestion de la nourriture et de l'eau potable. Le système d'attribution de ce label aux entreprises sera modernisé et étendu. A partir de cet exemple, la possibilité d'établir des systèmes analogues pour d'autres aspects de l'activité touristique sera explorée.

- Etablissement d'un inventaire national des entreprises de formation, des organismes de certification et des consultants en gestion alimentaire selon des normes strictes de qualité
- Appui au cours de formation en gestion des aliments conformément aux normes d'hygiène
- Extension du programme H, en collaboration avec le ministère de la santé, afin qu'il englobe un plus grand nombre d'entreprises
- Mesures en faveur de l'instauration de systèmes de certification hôtelière reconnus internationalement

### *Amélioration de la qualité de la formation en tourisme*

Avec la participation des autorités touristiques, faire en sorte que les établissements d'enseignement supérieur et les entreprises travaillent en liaison afin que le système éducatif soit plus efficace et en prise sur le marché du travail. Voici quelques-unes des mesures spécifiques qui permettront d'atteindre cet objectif :

- Création d'un conseil national réunissant les établissements d'enseignement et les entreprises touristiques. Cet organe pilotera des programmes d'échanges professionnels, de formation en cours d'emploi, de conception de programmes d'études et de bourses.
- Tenue de statistiques sur la formation en tourisme

### *Diffusion de la culture touristique.*

En collaboration avec le secteur privé, le ministère du tourisme cherche à promouvoir les concepts, les valeurs et les attitudes qui participent d'une culture du tourisme. Les efforts qui seront déployés à cet égard seront axés sur les caractéristiques et les besoins des collectivités locales et non seulement favoriseront le développement du tourisme, mais permettront également aux collectivités de mieux tirer parti de cette activité.

### **Développement du tourisme intérieur**

Le tourisme intérieur représente les quatre cinquièmes de la demande touristique totale. Mais il est longtemps resté au second plan, en théorie comme dans la pratique. Aujourd'hui, outre le fait que son importance pour l'économie est reconnue, il est considéré comme une fin en soi. Les loisirs durables associés au patrimoine naturel et culturel sont valorisés. Ils renforcent l'identité nationale et les liens familiaux. L'accès universel aux produits et services touristiques a été entravé par les inégalités et la pauvreté qui affectent plusieurs segments la population mexicaine, et par le manque de diversification adéquate, qui permettrait de couvrir tous les segments du marché. Le tourisme intérieur est également susceptible de favoriser le développement des PME, et l'administration fédérale est donc déterminée à l'encourager. Il va sans dire que le Programme national pour le tourisme accorde autant d'importance à la satisfaction des touristes intérieurs qu'à celle des touristes internationaux. La stratégie et les actions arrêtées pour ce segment très important sont les suivantes :

### ***Contribution à l'organisation de l'offre pour le marché du tourisme intérieur.***

Afin d'accroître l'accès au tourisme en diversifiant l'offre, le ministère du tourisme, en étroite collaboration avec les entreprises, les voyagistes et les autres intervenants, entend :

- Fournir un appui technique au développement de l'offre de produits appropriés.
- Coordonner le groupement et l'exploitation de forfaits adaptés aux caractéristiques de différents groupes de revenus.
- Appuyer les efforts de promotion des entreprises et organisations spécialistes du tourisme intérieur, et en particulier du tourisme social.

### ***Mettre au point et communiquer des renseignements sur les autres solutions possibles pour les visiteurs mexicains***

### ***Mettre au point et coordonner un programme de tourisme social***

## **DESTINATIONS DURABLES**

Depuis plusieurs années, le Mexique est conscient que ses efforts doivent tendre vers un développement économique durable. S'agissant du tourisme, cette nécessité est évidente, un nombre croissant de consommateurs ayant tendance à réclamer des pratiques durables dans les endroits qu'ils visitent. Le Plan national de développement, qui a inspiré le Programme national pour le tourisme, souligne que la durabilité est le fondement même de la « croissance en qualité » qu'il cherche à encourager dans tous les secteurs de l'économie. A cette dimension nationale s'ajoute le fait que le développement durable est considéré comme un élément crucial du développement régional, qui reste l'un des thèmes sous-jacents de la politique du tourisme.

### **Appui au développement touristique régional, local et au niveau des Etats fédérés**

L'administration fédérale estime que le tourisme contribue à « favoriser le développement régional équilibré » conformément au Plan national de développement, lequel entend « renforcer les capacités locales et régionales ». Dans le passé, l'engagement en faveur d'un développement régional équilibré a fini par être relégué au second plan par rapport à l'objectif d'optimisation de la croissance. C'est ainsi que dans le secteur touristique, des projets prometteurs ont reçu un appui sans réserve au niveau des institutions locales, fédérales et des Etats fédérés, sans que cela n'aboutisse toutefois au degré escompté de développement régional. De fait, on a constaté que même si l'essor touristique est étroitement associé à l'augmentation des indices de développement humain dans les destinations en cause, ses répercussions sont assez limitées dans l'« arrière-pays ». Il est proposé de mettre en œuvre les stratégies et actions suivantes afin d'accroître les effets du tourisme sur le développement régional :

### ***Renforcement des programmes de développement et de promotion dans les régions.***

Les Etats fédérés ont été regroupés en sept régions dotées de circuits touristiques spécifiques. Cette initiative créera des synergies et apportera de la valeur ajoutée aux produits existants, tout en répartissant les bénéfices du tourisme sur le territoire.

- Elaboration et mise en œuvre des programmes régionaux annuels en collaboration avec les autorités locales et les intervenants locaux.
- Transferts de technologie vers les régions en s'efforçant d'adapter les produits proposés aux avantages locaux suivant des processus durables.
- Conception de campagnes de marketing pour des produits régionaux intégrés
- Simplification de l'accès aux attractions régionales

### ***Mesures en faveur de mécanismes de coordination et de participation avec les autorités locales***

Les « Accords de stimulation et de développement » dans le cadre desquels l'administration fédérale transfère du financement de contrepartie aux autorités locales seront considérablement accrus. L'objectif recherché est qu'au cours des six prochaines années, la part du budget du ministère du tourisme affectée à ces accords, qui est actuellement de 20 pour cent, passe à 40 pour cent au moins.

- Fixation de priorités par le biais d'accords réguliers de coordination et d'affectation de fonds.
- Evaluation régulière des programmes
- Aide technique continue à l'élaboration de plans et de projets
- Approche intégrée du développement

### **Action en faveur du développement durable du tourisme**

Pour les raisons exposées ci-dessus et avec l'accord sans réserve des collectivités locales, la durabilité sera recherchée au moyen des actions suivantes :

#### ***Elaboration et recherche d'un consensus et mise en œuvre d'un programme pour le tourisme durable***

En collaboration avec le ministère de l'environnement et des ressources naturelles, l'Institut national d'histoire et d'anthropologie et le Conseil national de la culture et des arts, ainsi qu'avec la participation de plusieurs autres ministères, sera instauré un programme visant à réglementer les nouveaux développements et à assurer la réparation des dommages causés à l'environnement dans les destinations existantes, conformément aux recommandations formulées dans le cadre d'Action 21.

- Participation des ministères concernés, du secteur privé, d'ONG et d'experts de l'enseignement supérieur.
- Elaboration, avec le ministère de l'environnement, d'un programme d'action municipale pour la gestion de l'environnement urbain et d'un programme d'action pour l'environnement à l'intention des villes côtières
- En collaboration avec le ministère de l'environnement, engagement d'une réforme de la réglementation sur l'environnement pour que celle-ci soit plus efficace
- Evaluation continue des progrès réalisés quant à la durabilité des programmes locaux

#### ***Mise en place d'un système d'indicateurs de durabilité.***

Afin d'évaluer correctement l'état de l'environnement dans les destinations et de mesurer les progrès réalisés, un système d'indicateurs correspondant aux meilleures pratiques internationales sera adopté pour les destinations touristiques.

### **Action en faveur de la croissance de l'offre**

Le gouvernement continuera comme par le passé d'encourager les initiatives de développement et d'investissement. Le processus donnera toutefois priorité aux impératifs environnementaux. Différentes actions gouvernementales viseront à stimuler l'investissement privé dans les nouveaux projets.

### ***Consolidation des centres intégralement planifiés existants et lancement de nouveaux centres.***

Au cours des 27 dernières années, les centres intégralement planifiés mis en valeur par FONATUR ont connu un succès variable. Cancun et Los Cabos ont été une grande réussite. Ixtapa est sur le point d'atteindre sa vitesse de croisière mais la mise en valeur de Huatulco et de Loreto a été freinée à plusieurs reprises. FONATUR a l'intention de :

- Consolider Cancun et Los Cabos
- Relancer Huatulco et Loreto
- Créer de nouveaux centres intégralement planifiés dans le cadre du projet nautique dans la mer de Cortès, sur la côte Maya et à Palenque.

### ***Stimulation des investissements.***

En sa qualité de principal agent immobilier et promoteur du secteur touristique, FONATUR occupe une position privilégiée pour encourager les investissements durables, ce qu'il fera à l'aide des instruments qui sont à sa disposition :

- Mise en œuvre d'une politique de commercialisation. Vente de terrains moyennant l'engagement de développer des entreprises à court terme.
- Instauration d'un programme de co-investissement auquel FONATUR participera temporairement en tant que partenaire minoritaire, sa contribution se faisant par le biais de terrains et d'aide technique à la réalisation de nouveaux investissements.
- Fourniture d'aide technique aux administrations locales dans le cadre de leurs activités de planification touristique
- Rassemblement des promoteurs immobiliers, des autorités et des investisseurs à l'occasion de la Bourse annuelle de l'investissement touristique.

### ***Politique financière globale pour le tourisme***

Le manque de financement approprié est sans doute le principal frein à la croissance du tourisme. FONATUR dirigera les efforts des autorités pour mettre en œuvre une politique financière pour le tourisme durable, principalement orientée vers les PME.

- Apporter une aide technique et financière aux PME touristiques au moyen d'un Programme d'évaluation des projets qui facilitera l'accès au crédit des banques commerciales.
- Afin de faciliter l'accès au crédit, un programme de garanties sera mis sur pied.
- FONATUR constituera avec les administrations locales et le secteur privé des fonds fiduciaires pour le financement de projets viables qu'il aura approuvés.

## **Action en faveur de l'expansion des infrastructures**

Dans de nombreuses destinations, les principales infrastructures d'accès ainsi que l'équipement urbain et les services publics à l'usage des résidents ne peuvent de toute évidence pas soutenir la concurrence. Même si la plupart des mesures nécessaires pour corriger la situation ne relèvent pas du ministre du tourisme, les nouveaux accords régionaux fournissent à l'industrie touristique un cadre utile où exprimer ses besoins.

### ***Justification des infrastructures touristiques auprès d'autres organismes publics.***

Le ministère du tourisme agira comme intermédiaire entre les autorités locales et les organismes fédéraux dans le cadre d'un projet d'amélioration continue des moyens de planification des autorités locales.

- Actualisation du catalogue national des besoins d'infrastructures touristiques, en consultation avec les autorités locales.
- Communication permanente des besoins d'infrastructures touristiques auprès des organismes concernés et action en faveur de l'inclusion des travaux publics liés au tourisme dans leurs programmes d'action annuels.

### ***Renforcement de l'équipement urbain et des services municipaux dans les destinations touristiques***

L'équipement et les services urbains adaptés à chaque type de tourisme sont essentiels pour la qualité d'une destination mais suscitent généralement peu d'intérêt comparativement aux vastes programmes de travaux publics. Les éléments du paysage urbain comme les parkings, les arrêts d'autobus, les bancs, les marchés d'artisanat, les accès aux plages, les quais, les plates-formes panoramiques, etc., méritent qu'on s'y intéresse davantage.

- Action en faveur de l'inclusion des besoins en équipement urbain, définis en fonction du segment de marché, dans les activités de planification locale.
- Action en faveur de la participation de l'administration locale, des investisseurs locaux et de la collectivité à la fourniture des installations urbaines par le biais de concessions au secteur privé ou à des groupes de la collectivité locale.

### ***Mesures en faveur de l'aménagement et du logement urbains***

Les résidents des destinations touristiques aspirent légitimement à des services de logement, d'éducation et de santé appropriés et l'un des bénéfices les plus perceptibles du développement touristique est d'améliorer l'accès à ces services. Les destinations qui possèdent un environnement intégré sont par ailleurs plus attrayantes, ce qui engendre un cercle vertueux entre développement social et croissance du tourisme local.

- Appui au développement des initiatives locales de planification urbaine prévoyant des terrains appropriés pour de nouveaux logements sociaux.
- Action en faveur de l'association des banques de développement, des entreprises touristiques et des investisseurs locaux pour mettre au point et financer de nouveaux projets domiciliaires. Des négociations sont en cours pour que les rémunérations non officielles (comme les pourboires) soient prises en compte dans le revenu des utilisateurs du crédit afin d'élargir la base de clients potentiels des projets immobiliers.
- Proposition d'initiatives d'investissement dans les services publics auprès des organismes appropriés de l'administration fédérale.

### ***Amélioration de la signalisation routière et de l'affichage dans les destinations touristiques.***

Le manque de signalisation et de symboles adéquats pour diriger les touristes vers les différentes attractions est la principale cause de l'extension limitée du tourisme sur le territoire.

- Action en faveur de la normalisation de la signalisation et des symboles utilisés par le ministère des transports et des communications, les administrations locales et le ministère du tourisme.
- Apport de financement de contrepartie aux autorités locales afin de les inciter à participer aux efforts entrepris à l'échelon national pour améliorer la signalisation.
- Intégration des logos des programmes régionaux dans la signalisation pour qu'ils soient mieux connus.

## **COMPETITIVITE DES ENTREPRISES**

Pour faire du tourisme une priorité nationale, donner entière satisfaction aux touristes et construire progressivement des destinations durables, les entreprises doivent évoluer dans un climat où la concurrence est de plus en plus vive. Le ministère du tourisme estime que l'action gouvernementale ou l'engagement de ressources publiques afin de renforcer la compétitivité sont justifiés pour le développement des petites et moyennes entreprises (PME) et l'élaboration de nouveaux produits. Si l'Etat ne joue pas un rôle de coordination, les ressources investies dans ces domaines resteront insuffisantes.

### **Modernisation des PME**

La politique relative aux PME doit miser sur l'introduction de pratiques de gestion axées sur les clients et la qualité, le perfectionnement des ressources humaines, la généralisation de pratiques exemplaires de gestion des aliments et de l'eau potable et l'amélioration continue des processus.

#### ***Programme de modernisation des PME***

Ce programme visera un nombre croissant d'entreprises touristiques engagées dans le processus de conformité aux normes ISO 9000, de certification des compétences de leur main-d'œuvre et d'obtention du certificat « H » dans le cadre d'un programme intégral de perfectionnement des entreprises. Le ministère du tourisme fournira l'aide technique et assurera la coordination des organismes et entreprises concernés et accordera une aide financière directe limitée à chaque entreprise participante.

#### ***Participation des PME du secteur touristique aux activités de promotion***

Le ministère du tourisme encouragera l'association des PME participant au programme de modernisation engagé dans chaque destination à prendre part aux activités de promotion du secteur touristique, en particulier par le biais du portail Internet du secteur touristique.

#### ***Facilitation de l'accès au financement nécessaire à la modernisation***

Une aide technique sera fournie aux PME qui recherchent du crédit pour engager leur processus de modernisation. Le ministère encouragera également l'intégration des PME touristiques aux mécanismes de crédit des organismes gouvernementaux.

### **Mise au point de produits concurrentiels**

Le développement touristique du Mexique a longtemps été tributaire des stations balnéaires. Même si ce segment est appelé à conserver toute son importance dans l'avenir, d'autres segments, plus dynamiques, joueront un rôle grandissant en raison de l'évolution continue de la demande. Le tourisme rural, le tourisme d'aventure, le tourisme écologique et le tourisme culturel sont prometteurs et nécessitent l'élaboration de nouveaux produits. Pour tirer le meilleur parti possible de ces tendances, dont le secteur privé est conscient, la participation de l'Etat s'impose.

### ***Mise au point de produits pour des segments spécifiques du marché***

- Recherches sur la viabilité de produits spécifiques dans des destinations précises et diffusion des cas de meilleures pratiques.
- Identification des infrastructures nécessaires pour des produits et segments de marché spécifiques. Négociation avec les organismes publics concernés en vue de créer ces infrastructures.
- Aide technique aux administrations locales dans le cadre du développement de nouveaux produits.
- Transfert technologique au secteur privé au moyen de publications spécialisées, de séminaires et de rencontres portant sur des produits spécifiques.

## **ANNEX: TRENDS IN TOURISM ACTIVITY**

### **Macroeconomic stability in the transition to a new administration**

The process of defining tourism policy for the coming six years is set within the wider context of economic policy and performance. At the macroeconomic level, the most salient feature is that of stability and sound fundamentals. It is worth noting that for the first time since the mid seventies, the transition between administrations has taken place in the context of a stable exchange rate under a floating parity regime and rapidly diminishing inflation. The fiscal deficit is under control at less than 1% of GDP; public debt stands at a manageable level; the current account deficit is under 3 percent of GDP, and is moreover financed to a large extent by foreign direct investment flows, and the Central Bank reports a historically high level of reserves. In late 2000 Mexico was widely expected to enjoy its sixth consecutive year of high growth in 2001, but has seen growth dwindle since then as a result of the global slowdown, in particular, that of the United States, its main trading partner.

In a context of fiscal and monetary discipline, the exchange regime, in place since 1995, has demonstrated its effectiveness allowing gradual and ordered adjustments in the presence of external shocks, promoting the entrance of long term capital flows and effectively reducing the threat of speculative attacks against the national currency. The exchange rate has strengthened in the last months, with the spot rate standing at 8.97 pesos to the US dollar last May 21st, its lowest level since August 1998. In the aftermath of the attacks on New York and Washington, the peso slipped slightly and now trades at around 9.4 to 9.5 pesos per dollar.

International reserves reached a historical high at more than 39 billion dollars in July 2001. Most importantly, inflation has been reduced considerably since December 2000. In February, for the first time in 30 years, a month of actually falling consumer prices was recorded and by July inflation for the previous twelve months was 5.93%, which compares favourably with the 8.96% inflation during 2000. The fall in inflation, has led to a recovery in the spending power of wages.

The combination of the smaller inflationary expectations and the consistency of monetary and fiscal policy have also allowed for a significant reduction in interest rates. In the fourth week of August the 28 days CETES primary rate stood at 6.97 percent, which represents an historical minimum for this instrument.

Lower inflation, the stability of the exchange rate and the reduction in the perception of the country's risk have led to important foreign capital inflows during the first quarter of 2001. In that period, 45 percent of foreign capital inflows consisted in direct foreign investment which financed 82 percent of the current account deficit.

### **Economic impact of tourism**

For the year 1998, the last for which data are available, tourism consumption demand was the equivalent of 17.8% of total private consumption. 73.5% of these expenditures came from domestic tourism, 15.4% is explained by inbound international tourism and the remaining 11.1% corresponded to expenditure by outbound travelers. Total consumption by travelers amounted to almost 56 billion current US dollars in

1998 according to that year's TSA estimate, rising to an estimated 73 billion USD by 2000, partly as a consequence of a falling real exchange rate. Again in 1998, expenditure by tourists on the domestic market amounted to just over 51 billion USD.

Expenditure on the domestic market in 1998 is explained mainly by domestic tourism. 80.5% of all expenditure corresponds to this segment. Within it, 44.4% was originated by tourists on pleasure trips, 15.6% by tourists on business trips and the rest by people on day trips or tourists visiting friends and relatives. Inbound international visitors accounted for 16.9% of expenditure on the domestic market. Within this segment, 61.5% corresponds to tourists visiting Mexico for vacations, less than 5% to business tourists and 21.3% to day visitors which include people entering the country for the day from the US and tourists on cruises.

It can be seen from these figures that, as is the case in most large countries, the domestic market constitutes the mainstay of the industry, that the potential exists for further development of the business travel segment and that international day visitors constitute a large and potentially very dynamic market.

The publication of the TSA's findings has allowed the ministry of tourism to highlight the economic relevance of tourism. Until this happened, the economic weight of tourism was related, exclusively, to the measured output of hotels and restaurants as defined in the System of National Accounts. This approach put the share of tourism in GDP at around 5%, thus grossly understating its true importance. With the TSA's estimates, tourism turns out to be larger, in terms of value added, than agriculture (58% larger), mining (6 times larger) or the construction industry (78% larger). Although value added in supplying tourism demand is roughly equivalent to 40% of manufacturing value added, tourism is about the same size as the food, beverages and tobacco industry, the clothing and textile industry and the paper and printing industry put together.

In terms of employment, tourism directly supports around 1.9 million salaried occupations with an average wage 32% above the national average. This represents a share of just under 6% in total employment in the national accounts definition. The largest employer within tourism is the restaurant industry with 38.5% of all jobs in the sector. Hotels and other lodging services, as well as transport services in second place with 18.2% of employment each. Using estimations based on partial sources for 1999 and 2000 suggests that average annual employment in tourism has grown at an annual rate of 2.2% between 1993 and 2000. It must be noted that these figures exclude all self employed workers and the informal sector, both of which are probably significant in specific subsectors of the tourism industry.

## **International and domestic tourism trends**

### ***International tourism: inbound flows***

On both these counts, tourists arrivals and revenues from visitors, it would seem that Mexico did not do very well over the nineties. In fact, market share fell from 3.7% in terms of tourists in 1990 to 3% in 2000. In terms of monetary flows, market share also fell, from 2.1% in 1990 to 1.7%. These figures, however, seem to defy the impressionistic evidence readily available from visiting Mexico's main destinations, and from figures on hotel and other tourism activity discussed below. Two very important qualifications to the aggregate picture appear on closer inspection of the data which tend to change the initial impression of poor performance into one of dynamic expansion of tourism, notably during the second half of the nineties.

The first one has to do with the time dimension in the trends just presented. Indeed, the picture changes radically if we divide the nineties into two periods. The first one, from 1990 to 1994 is broadly one of stagnation in the wake of the Gulf war which led to a steep fall in the number of Americans traveling

abroad. It must be remembered that the US is Mexico's main international market for tourism services, providing 87% of all international tourists which penetrate beyond the border zone and practically all of those who stay within the border strip. Between 1990 and 1991 the number of Americans traveling abroad, according to figures compiled by the Travel Industry Association (TIA) fell by 6.9%, and it was only in 1994 that the 1990 figure was again reached. Americans traveling to Mexico fell by 8.2% in 1991, and recovery of 1990 levels was recorded only in 1995. On the other hand, the fall in the overall number of tourists visiting Mexico was smaller, 6.4% in 1991. This implies that inbound flows from other countries actually grew by more than 3% in 1991, a year when, according to WTO, world international tourist arrivals grew by only 1.1%.

Even if other factors were surely at work, it seems difficult to escape the conclusion that stagnation in the flow of tourists to Mexico during the first half of the nineties was closely linked to the sequels of the Gulf War on US foreign travel demand. From 1995 onwards, once US travel abroad had gone back to its pre Gulf War level, and up until 2000 tourist arrivals grew at 3.1% a year and receipts from tourists (excluding day visitors) grew at 4.8%. These rates are not far from those for the world market over the same period: 4.2% for arrivals and 5.2% for receipts.

The second qualification that needs to be made has to do with the peculiar nature of international tourism in a country neighboring the United States. The very long, tightly integrated and densely populated border that Mexico shares with the US gives rise to more than 200 million international visits a year when the flows both ways are added (216 million in 2000). These are both day trips and trips that classify as tourist arrivals since the people involved stay overnight in the visited country. Their main characteristic, however, is that these visitors do not travel beyond a narrowly defined border zone, usually 25 or 30 kms. deep into each country. These flows are very volatile as they respond to numerous causes, ranging from changes in the peso – dollar parity and relative prices for goods such as medicines and fuel, to changes in the strictness of border controls and a host of other phenomena linked to everyday life concerns in a series of tightly integrated pairs of cities which happen to be crossed by a border line. Needless to say, many of those visiting the other side of the border travel to visit friends or relatives.

For all these reasons, border tourists form a clearly differentiated group from non border tourists. Average expenditure fluctuates between 50 and 60 dollars, vis a vis nearly 600 USD for non – border tourists, their trips are shorter and they tend to use hotel accommodation to a very small extent. In sum, this is a segment which is much less marketable. Their number has fluctuated between 9.5 and 12.5 million tourists a year over the nineties and they account for under 10% of earnings from tourism. Even when day visitors are included, visitor activity over the border accounts for barely over a quarter of all earnings from tourism.

If we concentrate on the remaining 10.6 million international tourists, those that penetrate beyond the border strip, and who come closer to the expenditure pattern of the normal tourist which the industry usually has in mind, the picture of Mexico as a country losing market share over the nineties changes dramatically. The number of these "inland tourists" grew at an average annual rate of 2.8% in 1990 – 1994, still short of the world market but almost one percentage point faster than total tourists. From 1995 to 2000, however, arrivals of inland tourists have been growing at an annual rate of 6.8%, that is 60% faster than world arrivals, reaching 10.6 million in 2000. Income from these tourists, in turn, grew at 5.8% per annum between 1990 and 1994, reflecting an increase in average expenditure associated with a steadily stronger peso, and at 5.4% a year in 1995 –2000, just above the growth of the world market, in spite of a large real devaluation in 1995 which brought down average expenditure by 13% in 1995 – 96.

When considering only inland tourists, then, one finds that, in spite of being a relatively mature destination in a decade of intense diversification and growth of emerging destinations, and in spite of the Gulf War shock in the early nineties, Mexico increased its share in total international arrivals over the nineties from

1.39% to 1.52%. Mexico's market share in money terms, on this definition, fell slightly from 1990 (1.28%) to 1994 (1.21%) and has since started a slow recovery, standing at 1.22% in 2000.

The fall in average expenditure per tourist, relative to world averages, which this performance implies is surely explained in part by the shifts in the real exchange rate of the peso over the nineties, but also points to one of the main challenges facing Mexico's tourism industry and policy, namely the need to diversify in terms both of products on offer within destinations and in terms of destinations themselves with a view to attracting higher income and longer stay tourists and increasing average expenditure.

Turning now to the travel profile of inland tourists, we find that 20% of these, more than 2 million tourists, are actually Mexicans living abroad, basically in the US; a further 7.4% are Americans of Mexican descent, while 72.6% are foreigners with no kinship relationship with Mexico. This last group accounts for most of the marketable travel to Mexico, and is responsible for 86% of inland tourist expenditure. Their average expenditure, excluding air fares was 650 USD in 2000, which compares favourably with inland tourists with a Mexican background who spend 250 USD each on average. The two groups belong to very different income brackets: 81% of Mexicans abroad and tourists of Mexican descent earn under 40,000 USD a year while 89% of the second grouping earn over 40,000 USD, with more than half earning more than 60,000 USD. Roughly half of inland tourists without a Mexican background travel on their own while the other half does so on tours. Two thirds of them travel alone or in couples, suggesting there is a large marketing opportunity in targeting family groups. Finally, more than 40% of these tourists, according to the 2000 survey, had been in Mexico at least once before during the previous two years

#### ***International tourism: outbound flows***

In money terms, expenditure by all visitors (including day visitors to the US) remained flat at around 5.4 billion between 1990 and 1994. It collapsed in 1995 to 3.2 billion and has recovered since 1996, growing at 11.6% annually, reaching 5.5 billion USD in 2000. It is worth noting, however, that over 3 billion USD (55.5% of the total) are accounted for by day visitors to the US, with tourists spending 2.44 billion USD in 2000, barely up on the 1990 figure of 2.17 billion USD.

Mexican outbound tourism seems to be quite polarized. While those traveling to the US make up 92.2% of all tourists, they represent only 74% of total tourist expenditure abroad in 2000. The second destination, Europe, on the other hand, receives only 4.3% of Mexican tourists, but 15.2% of their expenditure, while Latin America as a whole is the destination of 2.2% of these flows while receiving 8% of total expenditure.

#### ***International tourism: balance of payments***

During 2000, expenditure by international visitors, excluding airfares, reached 8.3 billion dollars 4.8% more than in 1999. This figure came close to being half of the current account deficit (17,690 million dollars) for that year. With a total expenditure by outbound visitors of 5.5 billion dollars, tourism recorded a surplus of 2.8 billion dollars (4.3% greater than in 1999).

It should be noted finally, however, that the aggregate figure fails to capture two very different, indeed opposed, situations. In 2000, income and expenditure by day visitors over the US – Mexico border shows a 1.4 billion USD deficit, while the balance for tourists is in surplus by almost 4.2 billion USD (including receipts from cruise passengers for 200 million dollars).

***Domestic tourism.***

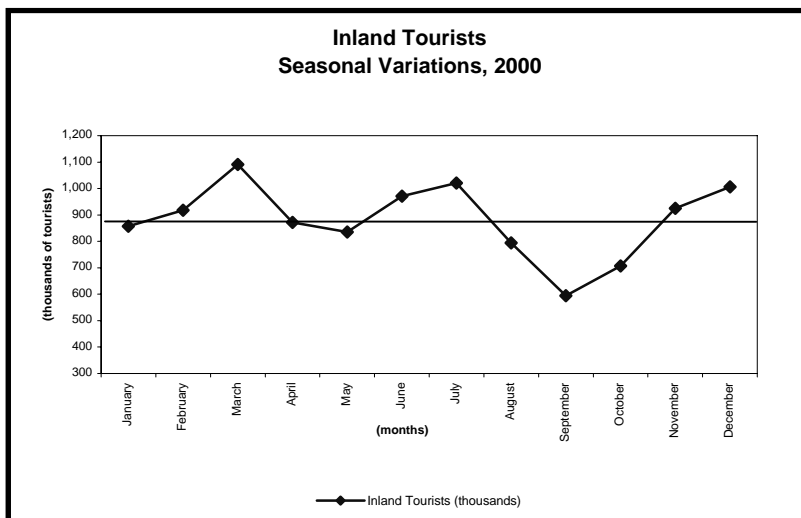
In terms of activities, the share of domestic travelers in tourism demand is 92% in land transport services, but only 67% in the case of air travel on domestic airlines. 74% of the demand for hotel accommodation comes from domestic travelers since a relatively higher proportion of domestic travel is done in order to visit friends or relatives. These differences stem from the different spending partners of domestic and international travelers. Thus domestic tourists spend a smaller proportion of their budgets in hotels, air fares and leisure activities than their international counterparts, but they spend more on transport by bus, handicrafts and other goods and restaurants and bars.

The relevance of domestic tourism for different destinations registers much larger differences. It varies with the type of destination. For example, in beach destinations hotel occupancy depends on domestic travelers for 82% of rooms sold in the case of Acapulco, a traditional center, but only for 20% of rooms sold in Cancun or 15% of those in Los Cabos in Baja California, both being integrally planned destinations built for the purpose of attracting international visitors. In large cities the relevance of domestic tourism is larger and it tends to vary less. Mexico City’s hotels depend on domestic tourists for 72% of their trade, while in Guadalajara and Monterrey, the corresponding figures are 87% and 83%. Smaller towns show an even larger dependence on domestic travel, while, perhaps surprisingly, a border town such as Tijuana depends on domestic travelers for 78% of the hotel nights it sells.

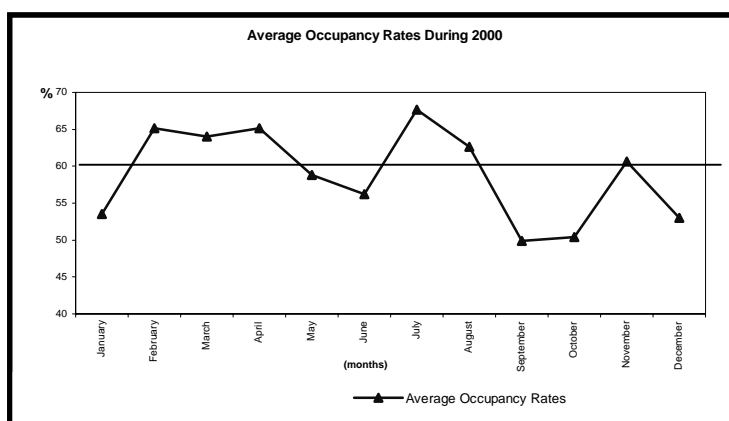
Data from Mexico’s TSA estimates at constant prices for the 1993 – 1998 period show domestic tourism consumption growing at an average annual rate of 1.9%. This rate, however, underestimates growth for the decade as a whole since it is biased by the crisis year of 1995 when domestic tourism demand fell by 9.7%, two and a half points more than GDP. An alternative proxy measure of domestic tourism is provided by the figures on domestic tourist arrivals in hotels. These data are compiled since 1992, and they show an annual rate of growth of 3.8% between that year and 2000. Data on the number of hotel rooms available, on the other hand, yield a 2.4% annual rate of growth for the nineties as a whole.

**Distribution in space and time of tourism demand**

***Seasonal fluctuations in demand***



Some of the seasonal fluctuations in demand from international tourists, furthermore, are dampened by the seasonal pattern of demand by domestic travelers. Deviations from the mean value for the occupancy rate in the largest 55 destinations are, thus, smaller than deviations from the average monthly inflow of international tourists. The average of monthly occupancy rates in 2000, for example, was 58.9%. The month with the highest occupancy in that same year was July, which at 67.6% was 15% above average. The month with the lowest occupancy was September with 49.9% occupancy. This was, again, 15% below the mean value for monthly occupancy rates.



### ***Geographical distribution of tourism***

Mexico is a multidestination country. Although figures for tourism GDP are unavailable on a local basis, one may have an idea of the geographical distribution of tourism activity by examining the figures on tourist arrivals in hotels for a sample of select destinations in which the Ministry of Tourism, with the collaboration of local authorities, conducts weekly and monthly surveys of hotel activity. These destinations are located in all 31 states of the Republic and in Mexico City.

When looking at total tourist arrivals (domestic plus international tourists) one finds that the six busiest destinations account for 52% of all arrivals. These include the three largest cities in the country (Mexico City leads the table with 20.6% of arrivals in 2000, Guadalajara, 4.9% and Monterrey with 3.3%), two traditional beach destinations, Acapulco and Veracruz, and Cancun, an integrally planned center. Seven other destinations, which include smaller cities, border cities and beach destinations, account for between 2.1 and 3.1% of all tourist arrivals, and push the share of the top 13 destinations to just over 70% of arrivals. The remaining 30% is shared by 42 destinations spread all over the country.

If one considers international tourists only, a more concentrated picture appears. Cancun receives 22% of arrivals, and if one adds neighboring Playa del Carmen the figure goes up to more than 30%. Mexico City registers 20.6% of international arrivals in hotels, so that more than half of all international tourists are accounted for by only three destinations. The following four most important destinations in this respect (Puerto Vallarta, Acapulco, Los Cabos and Cozumel) account for a further 25% of international arrivals, so that over three quarters of arrivals are concentrated in seven destinations, six of which are beach destinations.

In contrast, domestic tourism is much more evenly spread in the territory. Although Mexico City still takes more than 20% of domestic arrivals and the six main destinations account for roughly 50% of domestic arrivals, there are only six other destinations accounting for between 2 and 3% of arrivals with 43 destinations between 0.1 and 2% of arrivals.