

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

**EXAMEN DE LA POLITIQUE NATIONALE DU  
TOURISME EN AUSTRALIE**

**Juillet 2003**

# EXAMEN DE LA POLITIQUE NATIONALE DU TOURISME EN AUSTRALIE

## TABLE DES MATIÈRES

1.	Introduction .....	2
2.	Le cadre général du tourisme en Australie .....	3
2.1	Le cadre macro-économique national .....	3
2.2	Spécificités du patrimoine naturel et culturel australien .....	3
2.3	Importance du tourisme dans l'économie .....	4
2.4	Financement et investissement dans le tourisme .....	5
2.5	Tendances du tourisme entrant et sortant.....	6
2.6	Le tourisme intérieur.....	9
2.7	Evolution future de la demande touristique .....	10
3.	Mise en place d'une politique nationale du tourisme .....	13
3.1	Mission.....	13
3.2	Principaux objectifs de la politique du tourisme.....	13
3.3	Mise en place d'une stratégie de moyen à long terme visant à inscrire l'industrie du tourisme dans la durée .....	13
3.4	Le cadre juridique .....	15
3.5	Principaux défis à relever par les pouvoirs publics.....	16
4.	Atteindre les objectifs de la politique publique du tourisme .....	20
4.1	Coordonner le développement du tourisme dans un cadre d'action national .....	20
4.2	Les trois niveaux de gouvernement de l'Australie.....	20
4.3	Rôles et responsabilités de l'administration en matière de tourisme .....	21
4.4	Questions essentielles pour l'avenir.....	26
5.	Liens avec l'industrie du tourisme .....	27
5.1	Principaux syndicats professionnels .....	27
5.2	Coopération pour améliorer la compétitivité de l'industrie touristique .....	28
5.3	Liens du gouvernement avec l'industrie touristique pour faire face aux problèmes et aux menaces affectant les entreprises de ce secteur .....	33
5.4	Questions essentielles pour l'avenir.....	35
6.	Liens avec d'autres politiques .....	37
6.1	Prise en compte du tourisme par les autres politiques .....	37
6.3	Questions essentielles pour l'avenir.....	42
7.	Questions internationales.....	44
7.1	Missions et objectifs politiques dans le secteur international .....	44
7.2	Relations bilatérales .....	44
7.3	Relations multilatérales au travers d'organisations internationales .....	45
7.4.	La politique internationale de l'Australie en matière d'aviation .....	46
7.5	Questions essentielles pour l'avenir.....	47
8.	Développement durable du tourisme.....	48
8.1	Durabilité de l'environnement .....	48
8.2	Durabilité sociale .....	50
8.3	Durabilité économique.....	50
8.4	Questions essentielles pour l'avenir.....	51
9.	Mesure et analyse du poids économique du tourisme .....	52
9.1	Dispositions structurelles existantes .....	52
9.2	Questions essentielles pour l'avenir.....	54
Annexe :	sources et documentation.....	56
Sites Internet.....		58

## 1. Introduction

1. L'économie australienne est l'une des plus performantes au monde depuis ces dernières années. Se caractérisant par une forte croissance, un faible taux d'inflation, des taux d'intérêt bas, elle est plus robuste que jamais. Le secteur public est efficace, le marché du travail flexible et le secteur des entreprises très compétitif. Cet environnement joue un rôle fondamental dans l'essor du tourisme. Les orientations de la politique définies par les pouvoirs publics visent à créer une industrie du tourisme dynamique, qui contribue beaucoup à l'activité économique.

2. L'industrie australienne du tourisme contribue sensiblement à la création d'emplois, aux recettes d'exportation et au développement régional. En 2001-02, le tourisme a généré 4.5 % du Produit Intérieur Brut de l'Australie, la consommation totale des touristes s'élevant à 70.8 de dollars australiens milliards, et employé directement 5.9 % de la population active australienne. L'industrie a représenté 11.2 % du total des exportations et a été la principale source de recettes d'exportation du secteur des services. Cependant, à l'instar d'autres pays, l'Australie a souffert de façon non négligeable des conséquences des attentats du 11 Septembre 2001, des attentats à la bombe perpétrés à Bali en octobre 2002, de la faillite d'une compagnie nationale de transport aérien, de la guerre en Iraq, et de l'épidémie de pneumopathie atypique (Syndrome Respiratoire Aigu Grave, SRAG).

3. C'est dans ce climat d'instabilité que le gouvernement fédéral australien s'emploie à supprimer les obstacles à la croissance de l'industrie du tourisme. Il vise à renforcer la diversification de la base de produits de cette industrie, à développer les principaux marchés grâce à des stratégies de marketing ciblées, à encourager la mise en place de réseaux de transport efficaces et compétitifs, à supprimer les obstacles réglementaires et financiers à la croissance, à favoriser l'essor du tourisme régional, à fournir à cette industrie des données et études capitales de manière à l'aider dans sa planification et sa prise de décision, à relever les normes et les niveaux de compétences de cette industrie, et à encourager la conservation et la préservation du patrimoine naturel et culturel unique de l'Australie.

4. Le 5 juin 2003, le gouvernement fédéral a publié un projet de stratégie de moyen à long terme destinée à aider l'industrie australienne du tourisme à inscrire son essor dans la durée et à mieux armer cette industrie contre les chocs futurs en la rendant plus solide et plus flexible. Cette stratégie est essentiellement centrée sur la croissance durable et sur la diversification des produits touristiques australiens, avec pour axes prioritaires la rentabilité des entreprises et les créneaux. Il est important de déplacer l'accent de la quantité à la qualité afin de réduire la pression sur l'infrastructure, protéger l'environnement, encourager le développement des produits et la diversification, et accroître la rentabilité de cette industrie.

5. L'examen de la politique nationale australienne du tourisme a été réalisé par la Division du Tourisme (Tourism Division), située au sein du ministère fédéral de l'Industrie, du Tourisme et des Ressources (Federal government's Department of Industry, Tourism and Resources). La Division du Tourisme assume diverses fonctions politiques, de recherche et de liaison au niveau de l'administration fédérale. Le compte-rendu de cet examen a été rédigé du point de vue du gouvernement fédéral et couvre des questions traitées par les trois niveaux de gouvernements que compte l'Australie.

## **2. Le cadre général du tourisme en Australie**

### **2.1 *Le cadre macro-économique national***

6. L'attention toute particulière accordée à la mise en place de réformes structurelles dans des domaines très variés et les politiques macro-économiques mixtes prudentes fermement inscrites dans une perspective de moyen terme ont fait de l'économie australienne l'une des plus performantes de l'OCDE, et notamment une économie résistante aux chocs, tant endogènes qu'exogènes.

7. D'après les prévisions, le Produit Intérieur Brut (PIB) de l'Australie augmentera de 3 % en 2002-03, poursuivant ainsi sa tendance à une forte hausse, entamée il y a plusieurs années, malgré le ralentissement de l'économie mondiale qui a considérablement réduit la croissance dans la plupart des pays développés. En 2003-04, la croissance économique devrait atteindre 3.25 % en moyenne annuelle. L'Australie enregistrera selon les prévisions une croissance supérieure en 2002-03 et en 2003-04 à celles des États-Unis, du Japon et de l'Union Européenne.

8. La croissance économique en 2003-04 devrait rester soutenue par une demande intérieure solide. La croissance de l'emploi se ralentira probablement, et le taux de chômage se maintiendra aux environs de 6 %. L'inflation devrait s'établir aux alentours de 2.75 % en moyenne annuelle.

9. Sur le plan intérieur les perspectives sont excellentes, mais l'évolution mondiale aura une incidence sur la performance de l'économie australienne l'an prochain. Cependant, en définitive, l'Australie obtiendra encore de bons résultats malgré la déprime mondiale grâce à ses bons fondamentaux et au soutien apporté par les orientations de l'action publique.

### **2.2 *Spécificités du patrimoine naturel et culturel australien***

10. L'Australie est le sixième plus vaste pays au monde et compte 20 millions d'habitants. Sa superficie équivaut à celle des 48 principaux états des États-Unis et est de 50 % supérieure à celle de l'Europe, mais sa densité de population est la plus faible au monde, avec seulement deux habitants au kilomètre carré.

11. L'environnement australien est unique. Des plages vierges aux forêts pluviales tropicales en passant par les chaînes de montagnes abruptes et de vastes étendues de désert, l'Australie est une terre de contrastes. Les saisons étant inversées dans l'hémisphère nord, l'Australie jouit d'un climat largement tempéré. La majeure partie du territoire bénéficie d'un ensoleillement supérieur à 3 000 heures par an, soit d'environ 70 % du nombre total d'heures d'ensoleillement possibles.

12. L'Australie compte entre autres merveilles de la nature la Grande barrière de corail et le Parc national Kakadu. La Grande barrière de corail s'étend sur une superficie équivalente à celle du Royaume-Uni et de l'Irlande, et regroupe plus de 1 000 îles, des baies sablonneuses aux îles recouvertes de forêts pluviales. Les zones tropicales du Top End australien forment un paysage de vertigineux escarpements de grès où se nichent quelques uns des trésors du parc national Kakadu. L'Australie abrite également quatorze des zones vierges inscrites au patrimoine mondial.

13. Les Australiens protègent cet environnement unique qui est le leur. Le tourisme durable est en soi un élément dont il est beaucoup tenu compte dans l'élaboration de la politique. Les pouvoirs publics australiens se sont engagés à faire du tourisme une industrie respectueuse de l'environnement et socialement responsable, et collaborent étroitement avec l'industrie du tourisme pour ce faire.

14. Le tourisme culturel contribue de façon significative à l'essor du tourisme. Les expériences auxquelles ont donné lieu les performances, les arts visuels et le patrimoine australiens sont uniques. Le

terme « tourisme culturel » recouvre toute la gamme des expériences que les visiteurs peuvent faire afin de découvrir ce qui fait la spécificité d'une destination - en termes de mode de vie, de patrimoine, d'arts, d'habitants - et l'activité consistant à présenter et expliquer cette culture aux visiteurs.

15. Les étrangers qui viennent visiter l'Australie sont attirés par des caractéristiques de la culture australienne qui ne se retrouvent nulle part ailleurs. Par exemple, ils viennent pour découvrir et apprendre sur la culture indigène et pour réaliser des activités liées aux coutumes indigènes, comme visiter une galerie ou un musée, ou participer à une excursion se rapportant à la culture indigène.

### **2.3 *Importance du tourisme dans l'économie***

16. Le PIB touristique mesure la valeur marchande totale des biens et services produits en Australie et consommés par les visiteurs, déduction faite du coût des facteurs utilisés pour produire ces biens et services. Le tourisme a contribué à 31.8 milliards de dollars australiens, soit 4.5 %, du PIB australien en 2001-02.

17. La valeur ajoutée brute est la mesure de la production industrielle la plus usitée en Australie dans les comptes nationaux car elle est calculée hors taxes et subventions aux produits. La part de l'industrie du tourisme dans le total de la valeur ajoutée brute générée par l'industrie était de 4.1 % en 2001-02, soit une contribution de 26.5 milliards de dollars australiens à l'économie.

18. En 2001-02, les principales industries en termes de pourcentage de la valeur ajoutée générée par le tourisme étaient celles du transport aérien et de l'approvisionnement en eau (14 %), de l'hébergement (11 %), des cafés, restaurants et points de vente de produits alimentaires à emporter (10 %), et les autres commerces de vente au détail (9 %). Le pourcentage restant se répartissait largement entre les autres industries.

19. Le transport de passagers sur longue distance était le principal produit touristique (17 % de la consommation totale de produits touristiques) en 2001-02, venaient ensuite les achats (15.5 %), les repas à emporter ou pris dans des restaurants (15 %) et l'hébergement (10 %).

20. Les visiteurs internationaux ont consommé pour 17.1 milliards de dollars australiens de biens et services, soit 11.2 % du total des recettes d'exportation du pays en 2001-02. L'exportation de produits caractéristiques du tourisme soutient la comparaison avec celle d'autres produits d'exportations australiens « traditionnels ». Par exemple, la valeur des exportations touristiques est supérieure à celle des exportations de charbon, de fer et d'acier.

21. Sur les 70.8 milliards de dollars australiens qu'atteignait la consommation touristique en 2001-02, 75.9 % ont été dépensés par les visiteurs nationaux et 24.1 % par les visiteurs internationaux. Le tourisme intérieur était pour l'essentiel (78 %) le fait des visiteurs d'une nuit, les 22 autres % étant attribuables aux visiteurs d'un jour.

22. L'industrie du tourisme a employé 549 000 personnes en 2001-02, soit 5.9 % du total de la population active du pays. Plus de la moitié des emplois générés par le tourisme l'ont été dans le commerce de détail, l'hébergement, les cafés et les restaurants.

23. L'Australie compte plus de 350 000 entreprises liées au tourisme, dont plus de 90 % emploient moins de 20 personnes. Comme dans de nombreux segments de ce secteur il est relativement facile aux entreprises nouvelles d'y pénétrer, on peut affirmer que les entreprises touristiques opèrent dans un environnement raisonnablement concurrentiel.

24. D'après les données, la marge brute d'exploitation dans le secteur du tourisme était en 1997-98 de 15.2 %, chiffre sensiblement inférieur à la moyenne pour l'ensemble de l'économie (22 %). Au sein de ce secteur, certains segments sont relativement peu rentables, notamment ceux des agences de voyages et des voyagistes (5.6 % de marge brute) et de l'hébergement (6.4 % de marge brute).

#### **2.4 Financement et investissement dans le tourisme**

25. Le marché de l'investissement dans des actifs touristiques est complexe car en matière de tourisme il n'existe pas une seule catégorie d'actif ou un seul marché. Par exemple, les besoins et possibilités en matière d'investissement d'une entreprise touristique familiale sont très différents de ceux d'un hôtel cinq étoiles ou d'un aéroport régional. Le gouvernement fédéral facilite l'investissement dans l'infrastructure touristique essentiellement en créant un environnement économique et réglementaire favorable.

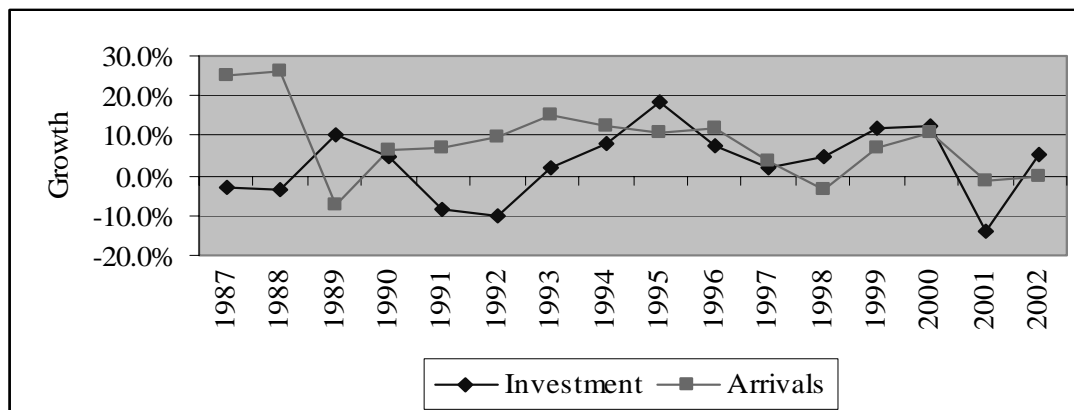
26. Le stock des actifs touristiques australiens a sensiblement augmenté ces vingt dernières années. Cependant, il a été difficile de passer d'une situation de dépendance vis à vis du marché intérieur au début des années 80, lorsque le marché international était peu développé, à une situation de lente progression du marché intérieur et de rapide essor du marché international.

27. Les décisions relatives à l'investissement se fondent souvent sur les rendements attendus au cours de la période d'investissement. En ce qui concerne l'investissement dans le tourisme, les tendances du moment de la demande peuvent beaucoup influencer sur les rendements attendus. Le tourisme entrant en Australie a connu une croissance à deux chiffres de nombreuses années durant au cours des années 80. Par exemple, le taux de croissance de cette industrie a culminé à 26 % en 1988. Cette croissance impressionnante des arrivées s'est traduite par une forte augmentation de l'investissement touristique pendant cette période. Pour l'ensemble de l'Australie, la croissance de l'investissement a été à son apogée en 1989, atteignant son niveau le plus élevé de cette décennie. Dans les années 80, l'investissement touristique a été orienté par d'autres facteurs, comme le flottement du dollar australien en 1985, la commémoration du bicentenaire de l'Australie et l'exposition universelle à Brisbane, qui ont provoqué une hausse substantielle des arrivées de visiteurs étrangers en 1988.

28. A ces évènements ont succédé une grève des pilotes d'avion en 1989, la guerre du Golfe en 1990-91, une baisse des taux de croissance des visiteurs étrangers par rapport à la période allant jusqu'en 1988, et une diminution des taux de croissance des voyages intérieurs attribuable à la récession du début des années 90. Tout ceci s'est accompagné d'une réduction du niveau de l'investissement étranger et de la vente à des investisseurs étrangers de propriétés australiennes anciennes, souvent à des prix inférieurs à la valeur de remplacement, à laquelle a donné lieu la pression exercée sur les établissements financiers étrangers par l'effondrement à l'étranger des marchés immobilier et d'actions. Il en a résulté une baisse substantielle de l'investissement touristique en 1991-92. Depuis, les taux de croissance de l'investissement touristique et des arrivées ont évolué de concert.

29. La Figure 1.1 illustre ces évolutions et fait apparaître la forte corrélation qui existe entre la croissance de l'investissement touristique et celle des arrivées de visiteurs étrangers en Australie au cours de la période 1987-2002. Le taux de croissance de l'investissement a atteint son plus haut historique en 1995, puis a diminué, parallèlement au taux de croissance des arrivées, pendant la crise économique subie par les pays asiatiques en 1997. Après le boom de la construction qui a précédé les Jeux Olympiques de Sydney en 2000, l'investissement a de nouveau plongé, en 2001. L'investissement a présenté une tendance à la hausse au cours des dernières périodes mais, étant donné les incertitudes mondiales qui pèsent actuellement sur l'industrie du tourisme, il est encore trop tôt pour dire si elle se poursuivra ou non.

**Figure 1.1: Taux de croissance de l'investissement touristique et des arrivées de visiteurs étrangers en Australie, 1987 à 2002**



Source: Bureau of Tourism Research (données non publiées).

30. La volatilité générale de l'investissement touristique, notamment dans des segments tel que l'hébergement, demeure un obstacle majeur à l'amélioration de la viabilité à long terme et de la rentabilité.

31. Un des défis actuels consiste à faciliter la prise de décisions d'investissement favorables à un tourisme durable en procurant une meilleure information sur la demande et sur l'offre.

## 2.5 Tendances du tourisme entrant et sortant

### 2.5.1 Tourisme entrant

32. En 2001-02, le tourisme entrant a représenté près d'un quart de l'activité de l'industrie australienne du tourisme. Destination éloignée, l'Australie est presque exclusivement tributaire du transport aérien en ce qui concerne le tourisme entrant. Il est donc plus difficile à l'Australie d'attirer des visiteurs étrangers que maintes autres destinations touristiques accessibles également par le train ou par la route. L'Australie est essentiellement considérée comme une destination éloignée, comme en témoigne le fait que sa part des arrivées mondiales de visiteurs internationaux était de 0.7 % en 2001. Cette part est en hausse par rapport au 0.5 % observé en 1990. La croissance du tourisme entrant en Australie a généralement été supérieure à celle du tourisme international mondial. Cependant, depuis la crise financière des pays asiatiques en 1997-98, la croissance australienne a été plus volatile.

33. Le nombre des visiteurs internationaux venant en Australie ayant plus que doublé tous les dix ans dans les années 80 et 90, le tourisme entrant a connu une période de croissance relativement forte et soutenue. Le Tableau 1.1 donne la croissance depuis 1993. La croissance s'est ralentie dans les années 1997-98 en raison de la crise financière des pays asiatiques. Mais le nombre des arrivées de visiteurs s'est redressé en 1999-00 avant et pendant les Jeux Olympiques de Sydney en 2000. En 2001-02, le nombre des visiteurs internationaux a diminué par suite des attentats du 11 septembre 2001 et de la faillite d'une compagnie nationale de transport aérien.

34. En 2002, le nombre de visiteurs internationaux était de 4.8 millions, en léger recul par rapport à l'année précédente.

35. Les données sur les quatre premiers mois de l'année 2003 montrent que le nombre des arrivées de visiteurs internationaux a diminué de 5.8 % par rapport à la même période en 2002, principalement en raison de la guerre en Irak et du SRAG.

**Tableau 1.1: Arrivées de visiteurs internationaux : principaux marchés entrants et total ('000s)**

Année	Nelle-Zélande	Japon	Chine	Singapour	Corée du Sud	Autres pays d'Asie	RU	Autres pays Europe	USA	Total	Variation par rapport à l'année précédente %
1993	499	671	22	155	62	474	310	327	332	3059	
1994	480	721	30	188	111	611	335	386	344	3434	12.3
1995	538	783	43	202	168	677	348	404	363	3726	8.5
1996	672	813	54	223	228	774	368	431	378	4165	11.8
1997	686	814	66	239	234	775	411	464	394	4318	3.7
1998	709	751	77	247	67	648	468	484	446	4167	-3.5
1999	729	707	93	267	109	690	528	544	495	4459	7.0
2000	817	721	120	286	157	736	580	615	576	4931	10.6
2001	815	674	158	296	176	714	617	562	540	4856	-1.5
2002	790	715	190	287	190	696	643	538	525	4841	-0.3

Source: Overseas Arrivals and Departures, Cat No. 3401.0, Australian Bureau of Statistics 2002.

36. Pour faire apparaître les principaux marchés de visiteurs étrangers en Australie, le Tableau 1.2 décompose les arrivées de visiteurs selon les dix premiers pays de résidence en 2002. Le Tableau montre que la Nouvelle Zélande est le premier marché d'origine de l'Australie, avec 16.3 % du total des arrivées en 2002. Elle est suivie du Japon (14.8 %), du R-U (13.3 %) et des États-Unis (9 %). Les dix premiers marchés d'origine représentent 76.4 % du total du marché.

**Tableau 1.2: Arrivées de visiteurs internationaux : principaux pays de résidence, 2002**

Place	Pays	Visiteurs ('000)	Part de marché %
1	Nouvelle Zélande	790	16.3
2	Japon	716	14.8
3	Royaume Uni	643	13.3
4	Etats Unis	435	9.0
5	Singapour	287	6.0
6	Chine	190	3.9
7	Corée	190	3.9
8	Malaysia	159	3.2
9	Hong Kong	151	3.2
10	Allemagne	135	2.8
	Total des 10 premiers	3696	76.4

Source: Overseas Arrivals and Departures, Cat No. 3401.0, Australian Bureau of Statistics 2002.

37. Les statistiques sur le tourisme entrant en Australie indiquent que les visiteurs y viennent essentiellement pour y passer leurs congés. Le Tableau 1.3 montre que les arrivées internationales en

Australie sont motivées en premier lieu par les congés (à plus de 50 %) et en deuxième par la visite à des amis et à des parents (VAP) (à 19 %).

**Tableau 1.3: Arrivées de visiteurs internationaux : pays de résidence et objet de la visite, 2002 (pourcentage)**

Pays	Congés	VAP	Affaires	Education	Emploi	Autres
Nouvelle Zélande	44	26	24	1	2	3
Japon	81	4	6	4	>1	4
Royaume Uni	53	33	8	2	3	2
Etats-Unis	44	18	22	9	1	5
Singapour	57	13	16	8	1	4
Chine	44	12	27	11	2	3
Corée	68	9	12	9	1	1
Malaysie	58	18	12	10	1	1
Hong Kong	49	24	15	10	1	1
Allemagne	69	12	9	6	1	2
Total (tous pays)	55	19	15	6	1	4

Source: International Visitors in Australia; December Quarter 2002, BTR.

38. L'étude du profil des dépenses des visiteurs internationaux montre que généralement, plus un marché entrant est éloigné de l'Australie, plus le visiteur dépense davantage, sur une période de temps plus longue, ce qui se traduit par une dépense moyenne par personne plus importante.

#### 2.5.2 *Tourisme sortant*

39. Les Australiens se rendent à l'étranger pour visiter des destinations très variées. En 2002, 3.4 millions de résidents australiens ont voyagé à l'étranger. La destination la plus fréquentée a été la Nouvelle Zélande, qui a accueilli 17 % des résidents australiens en visite à l'étranger. Les deux autres destinations les plus fréquentées ont été le Royaume-Uni (9 %) et les États-Unis (9 %).

**Tableau 1.4: Voyages à l'étranger effectués par des résidents australiens : principales destinations et total ('000s)**

Year	Nelle Zealand	USA	UK	Indonésie	Hong Kong	Singapour	Thaïlande	Malaysie	Fiji	Total	Variation par rapport à l'année précédente %
1993	347	300	241	199	132	98	72	84	78	2267	
1994	353	288	255	214	135	92	72	95	83	2354	3.8
1995	371	314	265	222	157	95	75	89	75	2519	7.0
1996	415	331	289	260	168	99	81	97	72	2732	8.5
1997	407	352	322	311	156	105	89	98	76	2933	7.3
1998	470	323	322	350	147	123	136	112	99	3161	7.8
1999	489	347	312	281	144	141	137	120	115	3210	1.5
2000	528	395	339	280	155	153	152	135	75	3498	9.0
2001	600	293	301	289	150	160	166	116	94	3443	-1.6
2002	597	299	318	242	141	149	169	110	128	3461	0.5

Source: Overseas Arrivals and Departures, Cat No. 3401.0, Australian Bureau of Statistics 2002.

40. Le Tableau 1.5 présente la part de marché des principales destinations des résidents australiens se rendant à l'étranger.

**Tableau 1.5: Départs de résidents australiens : principales destinations, 2002**

Place	Principales destinations	Visiteurs ('000)	Par de marché (%)
1	Nouvelle Zélande	597	17
2	Royaume Uni	318	9
3	Etats Unis	299	9
4	Indonesie	242	7
5	Thaïlande	169	5
6	Singapour	149	4
7	Hong Kong	141	4
8	Chine	137	4
9	Fiji	128	4
10	Malaysie	110	3
	Total (10 principales destinations)	2290	66

Source: Overseas Arrivals and Departures, Cat No. 3401.0, Australian Bureau of Statistics 2002.

41. En 2002, plus des deux tiers (68 %) des résidents australiens en voyage à l'étranger s'y sont rendus pour passer leurs congés ou rendre visite à des amis ou des parents. Les Australiens en voyage d'affaires ont représenté 20 % des Australiens en voyage à l'étranger. Les principales destinations de ces visiteurs en voyage d'affaires ont été la Nouvelle Zélande et les États-Unis.

42. La contraction récente de l'industrie du tourisme provoquée par les événements mondiaux s'est traduite par une baisse de 13.4 % en mars 2003 par rapport à mars 2002 du nombre d'Australiens voyageant à l'étranger.

## 2.6 *Le tourisme intérieur*

43. Les visiteurs nationaux ont contribué à presque 76 % du total de la consommation touristique australienne, soit 53.7 milliards de dollars australiens, en 2001-02.

44. Le tourisme intérieur a été relativement stable ces dernières années malgré la bonne performance de l'économie. Cela semble indiquer que des facteurs non macro-économiques tels que l'établissement de priorités en matière de dépenses et les évolutions démographiques pourraient jouer un rôle fondamental dans l'évolution des voyages intérieurs.

45. Depuis 1998, année de mise en place de l'enquête récente sur le tourisme intérieur menée par le Bureau des études sur le tourisme (Bureau of Tourism Research, BTR), le nombre de nuitées des visiteurs (principale mesure du tourisme intérieur) a présenté de faibles variations annuelles, voir Tableau 1.6.

**Tableau 1.6: Nombre de nuitées des visiteurs nationaux, par objet principal du voyage (millions)**

Année	Affaires	Congés	VAP	Autres	Total	Variation par rapport à l'année précédente (%)
1998	47	140	89	18	294	
1999	44	144	87	19	294	0
2000	46	149	87	12	293	-0.3
2001	44	146	87	14	290	-1.3
2002	47	144	94	14	299	3.1

Source: Travel By Australians, December Quarter 2002 and earlier, Bureau of Tourism Research.

46. En 2002, les types d'hébergement auxquels les voyageurs nationaux ont eu le plus fréquemment recours sont le logement d'un ami ou d'un parent (41 % des nuitées des visiteurs), les hôtels, les centres touristiques, les motels et les hôtels-motels (23 %). Les moyens de transport les plus couramment utilisés pour les voyages d'une nuit étaient les véhicules particuliers (77 %) et l'avion (16 %).

47. Le tourisme d'un jour, qui contribuait à environ 23 % des dépenses touristiques nationales en 2002, a diminué progressivement ces deux dernières années. A ce recul récent du tourisme d'un jour correspond une hausse du tourisme intérieur d'une nuit, mais il est difficile de savoir si ces deux évolutions sont liées.

48. Le tourisme intérieur est une activité importante dans les zones rurales et les régions de l'Australie. En 1999, dernière année pour laquelle des données sont disponibles, environ 52 % des dépenses touristiques nationales ont été réalisées dans les zones rurales et les régions de l'Australie.

## **2.7 Evolution future de la demande touristique**

### *Tourisme entrant*

49. L'industrie australienne du tourisme entrant a subi en moins de deux ans plusieurs chocs négatifs qui ont fait craindre aux gens de se déplacer : les attentats au World Trade Centre et la faillite d'une importante compagnie australienne de transport aérien (Ansett Airlines) en septembre 2001, puis les attentats à la bombe perpétrés à Bali, la guerre en Irak et le virus du SRAG.

50. Ces évènements ont incité le Conseil australien des prévisions sur le tourisme (Australia's Tourism Forecasting Council) à réviser progressivement en baisse ses taux de croissance prévisionnels à moyen terme, et, après chacun de ces évènements, le moment attendu de la reprise a été différé. A plus long terme, c'est-à-dire, pour les dix prochaines années, les prévisions ont en outre davantage tenu compte de la difficulté à maintenir des taux de croissance des arrivées de visiteurs relativement élevés, une évaluation ayant montré que plusieurs marchés entrants importants allaient probablement entrer dans une phase de croissance plus mature.

51. Le Tableau 1.7 donne les grands résultats des dernières séries de prévisions du Conseil des prévisions sur le tourisme, publiées début mars 2003. A cette époque, l'impact de la guerre en Irak commençait à diminuer mais l'étendue et l'ampleur de l'épidémie de pneumopathie atypique (SRAG) continuait à croître. D'après les estimations du Conseil des prévisions sur le tourisme, les arrivées de visiteurs internationaux diminueront de 5.3 % en 2003, ce qui représente 260 000 visiteurs en moins. Les recettes d'exportations touristiques australiennes devraient reculer de 9.6 % (soit 1.7 milliards de dollars

australiens) pour s'établir à environ 15.9 milliards de dollars australiens. Si le nombre des visiteurs internationaux baisse effectivement en 2003, la croissance sera pour la première fois négative trois années consécutives. Le SRAG devrait entraîner en 2003 une diminution significative du nombre des visiteurs internationaux en provenance de différents pays asiatiques.

**Tableau 1.7: Arrivées de visiteurs internationaux, par principaux marchés entrants : Conseil des prévisions sur le tourisme (% de variation annuelle)**

Année	Nelle Zélande	Japon	Chine	Singapour	Corée du Sud	Autres pays d'Asie	RU	Autres pays Europe	USA	Total
2003	0.9	-6.9	-17.7	-9.6	-0.7	-13.9	-3.6	-0.2	-4.5	-5.3
2004	3.0	12.5	29.7	11.6	15.1	16.7	6.9	6.7	7.5	9.8
<b>Taux de croissance annuel moyen 2002-2012</b>	2.2	2.7	12.6	3.5	8.0	5.4	4.0	5.1	3.8	4.6

Source: Tourism Forecasting Council, May 2003, www.industry.gov.au/tfc.

#### *Tourisme sortant*

52. Le Tableau 1.8 montre que les voyages effectués à l'étranger par des résidents australiens devraient enregistrer une baisse de 4.2 % en 2003 car la guerre en Irak dans un premier temps, puis le SRAG maintenant, continue de faire sensiblement craindre aux gens de voyager à l'étranger. Dans le contexte actuel, les destinations considérées comme sans risque et relativement proches de l'Australie devraient connaître une croissance relativement forte. Abstraction faite de la Nouvelle Zélande et de Fidji, la plupart des autres grandes destinations du tourisme sortant de l'Australie devaient enregistrer une baisse du nombre des arrivées de visiteurs australiens en 2003. Pour la période de prévisions s'étendant jusqu'en 2012, les voyages effectués à l'étranger par des résidents australiens devraient croître à un taux annuel moyen de 2.9 %.

**Tableau 1.8: Voyages à l'étranger effectués par des résidents australiens : principales destinations et total: Conseil des prévisions sur le tourisme (% de variation annuelle)**

Année	Nelle Zélande	USA	RU	Indonésie	Hong Kong	Singapour	Thaïlande	Malaisie	Fidji	Total
2003	4.7	-6.6	-7.3	-7.5	-11.9	-13.9	-13.3	-6.4	2.7	-4.2
2004	2.9	8.9	11.6	14.2	13.9	12.6	12.7	5.5	4.1	8.7
<b>Taux de croissance annuel moyen 2002-2012</b>	2.2	2.3	2.9	3.5	1.9	1.2	1.7	2.1	4.6	2.9

Source: Tourism Forecasting Council, May 2003, www.industry.gov.au/tfc.

### *Tourisme intérieur*

53. Le tourisme intérieur (nuitées des visiteurs) devrait encore enregistrer une croissance relativement faible sur la période de prévision s'étendant jusqu'en 2012. A court terme, l'inquiétude toujours suscitée par le SRAG et la crainte de voyager à l'étranger ravivée par le terrorisme devraient avoir une incidence négative sur les voyages à l'étranger, certaines personnes se rabattant sur les voyages intérieurs. L'industrie australienne des voyages intérieurs aux fins de congés devrait être l'une des grandes bénéficiaires de l'inquiétude qu'entretient le SRAG.

54. Le Tableau 1.9 montre que, selon les prévisions, les nuitées des visiteurs nationaux devraient s'accroître de 1.9 % en 2003, avec un taux de croissance annuel moyen de 0.5 % sur la période de prévision.

**Tableau 1.9: Nuitées des visiteurs nationaux, par objet du voyage : Conseil des prévisions sur le tourisme (% de variation annuelle)**

<b>Année</b>	<b>Affaires</b>	<b>Congés</b>	<b>VAP</b>	<b>Autres</b>	<b>Total</b>
<b>2003</b>	2.3	1.5	2.3	1.6	1.9
<b>2004</b>	1.1	0.3	0.8	0.8	0.6
<b>Taux de croissance annuel moyen 2002-2012</b>	1.1	0.4	0.5	0.3	0.5

55. Les nouvelles campagnes de marketing menées en 2003 devraient avoir une incidence positive sur la demande de voyages. La vente au rabais devrait également jouer un rôle en attirant les voyageurs nationaux plus sensibles aux prix et dépensant moins. Les voyagistes abaisseront probablement les prix sur les destinations nationales pour résorber la surcapacité créée par le fléchissement de la demande de voyages internationaux.

### **3. Mise en place d'une politique nationale du tourisme**

#### **3.1 Mission**

56. Dans son exposé des motifs relatifs à la politique du tourisme, le gouvernement fédéral australien indique qu'il vise à :

*Contribuer au bien-être économique et social de l'Australie par la mise en place de politiques de nature à faire de l'industrie du tourisme une industrie compétitive au niveau mondial et soucieuse d'enregistrer une croissance durable.*

#### **3.2 Principaux objectifs de la politique du tourisme**

57. En 1998, le gouvernement fédéral a publié un Plan national d'action pour le tourisme (National Action Plan for Tourism) fournissant les grandes orientations de l'élaboration de la politique du tourisme et de la planification de l'industrie. Les actions prévues dans ce Plan ont visé à supprimer les obstacles à la croissance sectorielle et à faire de l'Australie une destination touristique de renommée mondiale. Les principaux objectifs du Plan sont de :

- Développer le potentiel des marchés nouveaux et émergents par des stratégies de marketing ciblées.
- Encourager le développement de réseaux de transport efficaces et compétitifs.
- Stimuler l'essor du tourisme régional.
- Améliorer la base d'information de l'industrie.
- Encourager la conservation et la préservation du patrimoine naturel et culturel unique de l'Australie.
- Favoriser la diversification de la base de produits de l'industrie.
- Renforcer l'image de destination sûre et conviviale donnée par l'Australie.

58. Les stratégies nécessaires pour atteindre ces objectifs ont été appliquées et ont permis de réaliser des progrès significatifs depuis l'introduction du Plan. Pour le gouvernement fédéral, la réalisation de ces objectifs doit être l'affaire de toute l'administration. Il reconnaît qu'il est important d'intégrer la politique du tourisme aux autres domaines de l'action publique afin d'optimiser les effets positifs du tourisme sur le pays. La Section 6 présente cette approche en détail.

#### **3.3 Mise en place d'une stratégie de moyen à long terme visant à inscrire l'industrie du tourisme dans la durée**

59. Le gouvernement fédéral élabore actuellement une stratégie de moyen à long terme pour l'industrie du tourisme. La première phase de la formulation de cette stratégie a été marquée par la publication d'un document de discussion en mai 2002. 55 000 exemplaires de ce document ont été distribués et 275 suggestions et commentaires écrits sur ce document ont été reçus. Après avoir largement consulté les industries du tourisme, du transport, de la construction et de la finance, et d'autres industries liées au tourisme, ainsi que les organismes publics fédéraux, des États, des Territoires et locaux, et la collectivité, un projet de stratégie a été communiqué le 5 juin 2003.

60. Ce projet de stratégie s'attaque aux principaux problèmes mis en évidence au cours de la procédure de consultation et fournit une base pour la formation d'un partenariat entre les administrations fédérale, des États et des Territoires et l'industrie pour le développement durable du secteur du tourisme. Il vise à doter l'Australie d'une industrie du tourisme mondialement compétitive et durable qui exploite la grande diversité de notre pays et sollicite ses habitants. Les grands thèmes d'orientation de l'action publique contenus dans ce projet de stratégie sont les suivants :

- Diversification de l'Australie, qui de destination de voyage devient aussi un lieu d'expérience unique.
- Diversification des produits touristiques australiens.
- Priorité à la rentabilité des entreprises et aux créneaux.
- Améliorer la rentabilité des entreprises afin que l'industrie soit mieux armée contre la volatilité et l'incertitude mondiale.
- Accroître l'utilisation et la coordination des actifs touristiques dans les secteurs public et privé.

61. A travers ces thèmes, la stratégie a pour objectifs :

- De stimuler les économies régionales en améliorant la rentabilité et la diversification des entreprises touristiques.
- D'élargir les marchés d'exportations touristiques de l'Australie.
- De faire mieux connaître l'Australie aux Australiens en encourageant les voyages intérieurs.
- De relever les normes des produits et entreprises touristiques.
- D'accroître la rentabilité et la taille du secteur du tourisme de manière durable.
- De fournir à l'industrie et à l'administration publique des informations, études et prévisions sur le tourisme d'une meilleure qualité.
- De renforcer la capacité de l'industrie du tourisme à réagir rapidement aux modifications du cadre d'exercice de ses activités.
- De réduire le risque associé au secteur du tourisme.
- D'accroître la viabilité à long terme sur les plans écologique et social de l'industrie du tourisme.
- D'améliorer la planification et la coordination du développement du tourisme au niveau national.

62. Les actions suivantes entrent dans le cadre de cette stratégie :

- Procéder à des changements structurels permettant d'appuyer plus efficacement la politique de marketing de l'Australie aux niveaux international et national.

- Améliorer l'efficacité et les stratégies du marketing international en accordant plus d'attention à la dispersion régionale et en rafraîchissant et en valorisant la « marque » de l'Australie (« Brand Australia »).
- Contribuer au marketing et à la promotion du tourisme national, notamment à la promotion du tourisme régional, via « See Australia ».
- Faciliter une meilleure adaptation du produit touristique aux besoins du marché, en particulier dans les régions de l'Australie.
- Appuyer les mesures destinées à améliorer la qualité du produit touristique.
- Améliorer l'information, les études et les prévisions sur le tourisme afin de répondre plus efficacement aux besoins de l'industrie et de l'administration.
- Encourager et soutenir les méthodes commerciales touristiques respectueuses de l'environnement et de la culture.
- Contribuer à accroître l'efficacité des partenariats entre le secteur du tourisme et les instances publiques chargées de la gestion des sols/du patrimoine.
- S'assurer que les programmes de formation font acquérir les compétences nécessaires à la main-d'œuvre et aux entreprises du secteur du tourisme et contribuent à accroître la productivité.
- Faciliter l'innovation et le développement technologique dans le secteur du tourisme.
- Encourager une meilleure gestion du risque associé au secteur du tourisme.
- Mener avec les États et les Territoires et les autorités locales des actions visant à améliorer la planification et la coordination du développement du tourisme au niveau national.
- Faciliter le développement et l'expansion de services de transport aérien, maritime et terrestre et de grandes infrastructures touristiques viables à long terme.
- Instaurer les mécanismes permettant de consulter plus efficacement les acteurs du tourisme.

63. La diffusion de ce projet de stratégie s'est accompagnée de nouveaux échanges de vues avec les parties concernées. Ils aboutiront à la formulation de la stratégie définitive, qui devrait être communiquée ultérieurement cette année.

64. En s'attaquant aux principaux problèmes remettant en cause les politiques existantes à moyen et long terme, cette stratégie fournira un cadre qui aidera l'industrie australienne du tourisme, en partenariat avec les pouvoirs publics, à obtenir des résultats spécifiques qui lui permettront d'être mondialement compétitive et de s'inscrire dans la durée sur les plans économique, social et écologique.

### **3.4 Le cadre juridique**

65. Les autorités fédérales, des États et des Territoires ont mis en place tout un éventail d'instruments législatifs et de réglementations relatifs au secteur australien du tourisme. Parmi les principales mesures législatives citons :

- La Loi de 1987 sur la Commission australienne du tourisme (Australian Tourist Commission Act 1987), qui institue la Commission australienne du tourisme (Australian Tourist Commission, ATC) avec pour mission d'accroître le nombre des visiteurs internationaux à destination de l'Australie et de maximiser les effets positifs des visites des touristes internationaux.
- La plupart des agents de voyages sont agréés dans le cadre des lois des États/Territoires et doivent remplir certaines obligations, notamment contribuer au Fonds de compensation de l'industrie des voyages (Travel Compensation Fund, TCF). Le TCF est un outil de protection des consommateurs, notamment contre la faillite des agents de voyages agréés.
- La Loi fédérale sur les pratiques commerciales (Federal Trade Practices Act), conçue pour garantir la concurrence sur le marché et la protection du consommateur ; et les lois des États et des Territoires sur la loyauté des relations commerciales (States and Territory Fair Trading Acts), qui sont conçues pour protéger les consommateurs et couvrent les pratiques commerciales.
- Les États et les Territoires ont des lois sur l'hôtellerie (Innkeeper Acts), qui limitent généralement la responsabilité des prestataires de services d'hébergement en ce qui concerne la valeur des biens perdus par les clients.
- La Loi de 1999 sur la protection de l'environnement et la préservation de la biodiversité (Environment Protection and Biodiversity Conservation Act 1999) gouverne les activités pouvant être entreprises sur le sol (ou dans les eaux) australien, dans les zones inscrites au patrimoine mondial et dans les zones humides régies par la Convention de Ramsar, et susceptibles d'avoir une incidence sur les espèces en danger. Le projet d'amendement de cette loi étendra ce contrôle aux activités exercées sur tout site inscrit sur la liste du patrimoine national australien.
- Le projet de loi sur les services touristiques, qui sera bientôt présenté par le gouvernement du Queensland, et qui comprend des dispositions relatives aux pratiques non éthiques des opérateurs et guides du secteur du tourisme entrant.

66. Les autorités fédérales et des États/Territoires disposent de divers autres instruments législatifs et réglementaires ayant une incidence sur la performance du secteur du tourisme. Certains de ces instruments concernent l'immigration et le transport aérien. La Section 6 présentent ces instruments plus en détail.

### **3.5 Principaux défis à relever par les pouvoirs publics**

67. La prospérité du secteur du tourisme contribue au bien-être économique et social de tous les Australiens. En l'espace de trois décennies, l'industrie australienne du tourisme est passée du statut de secteur émergent à celui d'une des principales industries du pays. Une légère augmentation du taux de croissance de l'industrie du tourisme peut avoir des effets économiques positifs significatifs pour l'Australie.

68. Le tourisme est un secteur industriel important et fragmenté, se caractérisant par un nombre considérable de petites entreprises, un nombre restreint de grandes entreprises et une participation non négligeable des organismes publics de chacun des trois niveaux de l'administration. Les points suivants donnent un aperçu des principaux éléments à prendre en considération si l'on veut que ce secteur continue à croître durablement.

### *La coordination à tous les niveaux de l'administration*

69. L'Australie comptant trois niveaux de gouvernement, on observe une participation significative de nombreuses organismes publics fédéraux, des États, des Territoires et locaux, qui jouent tous un rôle important dans l'essor du secteur du tourisme. Coordonner des responsabilités communes ou se chevauchant s'avère souvent une tâche très difficile. S'employer à mettre en place un cadre commun aux différents niveaux de l'administration pour la coordination nationale du développement du tourisme aidera à clarifier les rôles et responsabilités des divers niveaux d'administration. C'est l'un des axes prioritaires du projet de stratégie du tourisme présenté par le gouvernement fédéral.

70. La nécessité de mieux coordonner les actions de marketing international et national des autorités fédérales, des États et des Territoires est également considérée comme une gageure. Le gouvernement fédéral a l'intention de relever ce défi en apportant des changements structurels qui permettront d'accroître l'efficacité et d'optimiser le rendement de l'investissement dans le marketing.

### *Le nombre par opposition à la rentabilité*

71. Bien que, selon les prévisions, les visiteurs internationaux devraient constituer le segment du secteur du tourisme qui enregistrera la plus forte croissance, la série de « chocs » récemment subis par l'industrie du tourisme se traduira par une croissance du nombre de visiteurs internationaux inférieure aux anticipations. En élaborant la future politique, il faudra donc s'attacher davantage à la rentabilité et à offrir un produit de qualité durable afin de maximiser la rentabilité associée aux touristes internationaux.

### *La qualité de l'industrie*

72. Pour que l'Australie réussisse à pérenniser son image de destination de renommée mondiale, il est indispensable qu'elle parvienne à développer ses produits touristiques de manière à ce qu'ils soient supérieurs aux produits proposés par les destinations concurrentes. Le gouvernement fédéral collabore avec l'industrie, les États et les Territoires à la mise en place d'un système national durable se fondant essentiellement sur des accords satisfaisants d'accréditation des meilleures pratiques dans l'industrie du tourisme, et incitant les acteurs concernés à partager l'information et à coopérer dans le domaine de la fourniture et de la promotion des programmes relatifs à la qualité de l'industrie.

### *Adapter les produits aux besoins du marché*

73. Les marchés se segmentant toujours plus, différents groupes au sein d'un même marché recherchant des expériences différentes, la nécessité de mieux adapter les produits et expériences touristiques à la demande des consommateurs est un problème d'une importance croissante pour l'industrie du tourisme. L'ATC met actuellement en place un programme de recherche détaillée sur l'expérience associée aux produits dans divers importants marchés afin de mieux comprendre les différences de préférence des consommateurs, et veille en collaboration étroite avec les États et les Territoires à ce que l'industrie soit mieux préparée à répondre à l'évolution des besoins du marché. L'ATC met en outre davantage l'accent sur les campagnes stratégiques de marketing ciblant les principaux segments de consommateurs du marché.

### *Dispersion des visiteurs internationaux et créneaux*

74. Actuellement, le taux de dispersion des visiteurs internationaux se rendant à des destinations touristiques régionales de l'Australie est faible. Pour y remédier, les destinations régionales devront créer de nouveaux créneaux touristiques (séjour à la ferme, routes des vins, tourisme d'aventure et écotourisme) et rendre l'infrastructure touristique locale plus attrayante. Il sera également nécessaire de mieux faire connaître le produit touristique au sein de leurs localités. Les autorités fédérales ont pour objectif d'aider

les régions à développer les produits touristiques locaux grâce à des programmes tel que le Programme de promotion du tourisme régional (Regional Tourism Programme) et en s'attachant davantage à accroître la dispersion des visiteurs internationaux à l'aide des stratégies de marketing international proposées par l'ATC, en particulier dans les marchés où il est prouvé que les visiteurs sont disposés à ne pas visiter seulement les grandes villes.

#### *La base de compétences*

75. Dans l'industrie du tourisme, la croissance générale des emplois touristiques risque de masquer un manque et un déficit de personnel qualifié dans certaines catégories, ce qui pourrait être un obstacle à la croissance future du tourisme. Ce risque est particulièrement préoccupant en termes de capacité à exploiter des marchés à forte rentabilité et des créneaux qui exigent des compétences de haut niveau. Un déficit de compétences managériales et commerciales pourrait frapper les petites et moyennes entreprises, et d'autres déficits de compétences pourraient apparaître dans les domaines de la culture et des langues et des technologies de l'information. Une question fondamentale est de savoir si le cadre institutionnel permettra de faire acquérir ces compétences, par exemple via le secteur de l'enseignement et de la formation professionnelles.

#### *L'infrastructure touristique*

76. La planification et le financement nécessaires à la mise en place d'une infrastructure présentent souvent des difficultés pour le secteur public comme pour le secteur privé. Ces difficultés tiennent fréquemment à l'absence de répartition claire des responsabilités entre les différents niveaux de l'administration et le secteur privé, au niveau relativement modeste des rendements et, souvent, à l'impossibilité pour le fournisseur d'infrastructure privé de recueillir tous les bénéfices de l'investissement. Les autorités fédérales, des États et des Territoires et l'industrie doivent s'employer à résoudre ce problème en mettant en place un cadre commun pour la coordination nationale du développement de l'infrastructure touristique.

#### *Services aériens*

77. L'isolement géographique et l'immensité de l'Australie et la forte dispersion de ses établissements humains sont aussi d'importants obstacles à l'essor du secteur du tourisme. Il est indispensable que l'accès au marché des services aériens internationaux soit concurrentiel pour que le tourisme australien puisse se développer. Compte tenu de cet impératif, l'Australie a adopté au cours de la dernière décennie une approche plus libérale et proconcurrentielle de sa politique des services aériens, contribuant ainsi de façon non négligeable à la croissance du tourisme entrant. L'Australie est disposée à négocier des accords de « ciel ouvert » lorsque cela est dans l'intérêt national, et, quand cela est impossible, à trouver les solutions les plus libérales possibles. Cependant, les progrès en la matière ont été lents, partiellement en raison de la réticence de certains partenaires bilatéraux à conclure de tels accords.

#### *Recherche et statistiques*

78. L'Australie reconnaît qu'il est crucial de disposer d'une solide base de recherche et de statistiques pour améliorer la compétitivité du secteur du tourisme et éclairer les décisions des pouvoirs publics ayant une incidence sur le tourisme. L'industrie du tourisme n'étant pas en mesure de recueillir tous les fruits de l'investissement dans la recherche, les autorités fédérales, des États et des Territoires mettent à disposition tout un éventail de sources publiques de recherche fournissant des statistiques sur l'industrie du tourisme (voir Section 9).

79. Toutefois, il a été constaté que certaines informations manquent dans les collections statistiques, notamment les données et prévisions relatives à l'offre et à la demande régionales, et les données sur la

rentabilité du tourisme aux niveaux national, des États et des Territoires et régional. Dans son projet de stratégie de moyen à long terme, le gouvernement fédéral a proposé des réformes structurelles de nature à fournir des informations et prévisions permettant de mieux éclairer les décisions des secteurs public et privé.

#### *Gestion du risque/plan d'urgence*

80. Les faits marquants qui ont récemment touché le secteur du tourisme ont mis en évidence sa forte exposition aux événements mondiaux. Par ailleurs, le tourisme est une industrie soumise à des variations saisonnières, qui interagit étroitement avec l'environnement naturel et les limites qu'il impose, et sur laquelle pèse en outre les divers risques commerciaux et juridiques qu'encourt toute entreprise fournissant des biens et services à des consommateurs nationaux et internationaux. L'adoption de stratégies et méthodes de gestion du risque satisfaisantes - entre autres, programme de rentabilité commerciale, plan d'urgence et diversification du marché - destinées à accroître la rentabilité et à protéger des effets négatifs des chocs, de la volatilité et de l'incertitude mondiale sera indispensable pour inscrire davantage le secteur du tourisme dans la durée.

#### *Autres difficultés*

81. Le secteur du tourisme australien est confronté à diverses autres difficultés. Le fait que les consommateurs internationaux raccourcissent la durée de leur séjour et la tendance croissante des consommateurs à choisir des destinations plus proches de leur foyer en sont deux importantes. Ces évolutions, en particulier, représentent d'importants défis pour les destinations longue distance comme l'Australie, et nécessitent outre des stratégies de marketing efficaces des services de transport aérien adaptés et efficaces pour éviter une érosion des parts de marché.

82. La tendance des consommateurs à réserver pour leurs voyages très peu de temps avant l'heure du départ, et l'évolution des systèmes de distribution, notamment le recours sensiblement croissant à l'Internet pour chercher des destinations potentielles de vacances et pour acheter les billets, sont des problèmes de plus en plus aigus pour le secteur du tourisme. L'adaptation de dispositifs de planification commerciale utiles et l'adoption et l'utilisation efficace de la technologie joueront un rôle fondamental dans la capacité de ce secteur à répondre à ces tendances naissantes.

83. L'incertitude mondiale actuelle et le souci de la sécurité entraînent également des changements considérables dans les déplacements internationaux. Pour rassurer les consommateurs, il sera important de les informer des dispositifs de sécurité en place en Australie et de mener des campagnes de marketing efficaces.

#### **4. Atteindre les objectifs de la politique publique du tourisme**

84. L'ensemble des politiques du tourisme de l'Australie vise à renforcer la capacité de l'industrie australienne du tourisme à soutenir la concurrence. Les politiques des autorités fédérales ont pour objectifs de supprimer les biais, les distorsions et les obstacles au sein de l'industrie du tourisme.

85. Le gouvernement fédéral centre par ailleurs ses actions sur des domaines de l'intervention publique comprenant la gestion budgétaire dans le but de réduire au minimum l'inflation et les taux d'intérêt, les réformes du marché du travail destinées à assouplir le marché du travail, défendant les intérêts de l'industrie du tourisme dans le cadre d'une réforme générale de la fiscalité, mettant en œuvre des politiques de promotion de l'innovation et de l'investissement et diminuant le coût qu'entraîne le respect de la réglementation.

##### **4.1 Coordonner le développement du tourisme dans un cadre d'action national**

86. Différents facteurs ont une incidence sur la planification et la coordination actuelles de la politique du tourisme. Si certains sont liés à la nature et à la composition de ce secteur, d'autres sont influencés par la répartition des rôles et responsabilités des pouvoirs publics entre les différents niveaux de gouvernement de l'Australie.

##### **4.2 Les trois niveaux de gouvernement de l'Australie**

87. Le Commonwealth of Australia est un état fédéral démocratique. La constitution australienne définit dans les grandes lignes la structure de la gouvernance australienne. L'Australie a trois niveaux de gouvernement : fédéral, des États/Territoires et local.

###### **4.2.1 Le gouvernement fédéral**

88. Le Parlement fédéral est responsable de différents domaines comprenant les douanes, la défense, la fiscalité, les télécommunications, la monnaie, les entreprises nationales, les droits d'auteur et les brevets, le commerce et l'investissement internationaux, la sécurité sociale, l'immigration, les affaires extérieures, les territoires et les relations industrielles qui concernent plus d'un seul État.

89. Le gouvernement fédéral vise à créer le cadre d'action le plus propice possible à l'essor du tourisme, en particulier en ce qui concerne le marketing international de l'Australie, la qualité et le développement des produits, la viabilité à long terme et la rentabilité de l'industrie, les accords sur les services aériens, l'infrastructure touristique, le traitement des visas touristiques, l'investissement, le perfectionnement des compétences et les normes, l'interface entre le tourisme et l'environnement, et l'exploitation d'une base de données sur le secteur.

###### **4.2.2 Les gouvernements des États et des Territoires**

90. L'Australie compte six États et deux Territoires. Chacun des six États a un parlement, dont les membres sont élus. Les deux Territoires ont également des représentants élus.

91. Les gouvernements des États et des Territoires sont responsables de l'enseignement, du transport, des services aux familles, du logement, de l'eau, des relations industrielles, de l'aménagement urbain, des testaments, des gouvernements locaux et de tous les autres domaines dont la responsabilité n'est pas confiée au gouvernement fédéral par la constitution australienne.

92. Dans les domaines touchant spécifiquement le tourisme, les États et Territoires assurent des services et une assistance sous forme de promotion du tourisme, de services d'information, de mise à

disposition d'équipements pour les loisirs, de construction et d'entretien des routes, aéroports, ports, voies ferrées et parcs.

93. Les gouvernements des États et des Territoires exercent aussi une influence non négligeable sur le secteur du tourisme en prenant des décisions relatives à la planification et à l'infrastructure, au transport local, aux impôts et redevances sur les sociétés, au droit des affaires et à la législation sur la consommation, aux politiques et réglementations de protection de l'environnement.

#### *4.2.3 Le gouvernement local*

94. Les gouvernements locaux ne sont pas reconnus par la constitution australienne. Ce niveau de gouvernement est contrôlé, dans les faits et en théorie, par les parlements respectifs des États et des Territoires. Les gouvernements locaux sont chargés d'approuver les demandes d'aménagement, de la collecte des déchets, des parcs et réserves locaux, des routes et chemins, et de la plupart des domaines relatifs aux aménités locales.

95. Les pouvoirs publics locaux jouent un rôle important dans l'essor du tourisme en fournissant l'infrastructure touristique et en assurant l'entretien des attractions touristiques, tels que les parcs locaux et les plages, ainsi qu'en prenant des arrêtés et des décisions influant sur le développement du tourisme, et en appuyant la promotion et les organisations touristiques locales et régionales.

96. L'action des pouvoirs publics locaux soutient le tourisme, mais l'ampleur et l'intensité de ce soutien varie sensiblement d'une région l'autre. Il est de plus en plus admis que le tourisme est un important moteur économique des collectivités locales et nombre d'autorités locales affectent des fonds à la promotion et au marketing et à l'emploi de responsables du tourisme.

### **4.3 Rôles et responsabilités de l'administration en matière de tourisme**

#### *4.3.1 L'administration fédérale*

97. Le ministère de l'Industrie, du Tourisme et des Ressources (Department of Industry, Tourism and Resources, DITR) est chargé d'émettre des avis sur la politique à l'intention du ministre fédéral de l'Industrie, du Tourisme et des Ressources et du ministre des Petites entreprises et du Tourisme. Il lui incombe également de formuler et de mettre en œuvre les politiques et programmes fédéraux qui régissent les industries du tourisme. Il assume un rôle de coordination nationale pour les questions de haute importance, comme les grands événements touristiques et la question de la qualité des produits de l'industrie.

98. La Division du Tourisme (Tourism Division) est située au sein du DITR. La Division a pour mission de contribuer au bien-être économique et social de l'Australie en créant une industrie du tourisme durable, compétitive sur le plan international et novatrice.

99. La Division du Tourisme est notamment chargée des questions de politique fédérale relatives : à la création de créneaux et au tourisme durable ; à l'accréditation, aux meilleures pratiques et aux normes de l'industrie ; au transport à des fins touristiques ; à la défense des intérêts de l'industrie du tourisme lors des négociations sur les services aériens ; à l'infrastructure du transport ; aux prévisions, aux statistiques et à la recherche ; à la fiscalité du tourisme et aux questions économiques ; aux questions de tourisme international, notamment aux accords multilatéraux et bilatéraux et à la question de l'accès au marché ; aux relations publiques concernant le tourisme, au nom du gouvernement fédéral ; et à la coordination nationale nécessaire à la gestion des crises et du risque.

100. La responsabilité administrative de divers aspects de la politique du tourisme incombe également à d'autres organismes fédéraux comme : le ministère du Transport et des Services régionaux (Department of Transport and Regional Services) ; le ministère de l'Immigration et des Affaires multiculturelles et indigènes (Department of Immigration and Multicultural and Indigenous Affairs) ; le ministère des Affaires étrangères et du Commerce (Department of Foreign Affairs and Trade) ; le Bureau australien des statistiques, Environment Australia (Australian Bureau of Statistics, Environment Australia); le ministère de l'Éducation, des Sciences et de la Formation (Department of Education, Science and Training) ; la Commission australienne du Commerce (Australian Trade Commission, Austrade) et le Bureau national de l'Économie de l'information (National Office of the Information Economy). Le DITR travaille en liaison étroite avec ces instances à la formulation des politiques liées au tourisme. La Section 6 présente plus en détail l'intégration de la politique du tourisme aux politiques des autres ministères.

101. Le ministre des Petites entreprises et du Tourisme s'entretient avec les autres ministres concernés si besoin est, par exemple, avec le ministre de l'Immigration des questions de visa et avec le ministre du Transport des questions d'infrastructure du transport et des accords internationaux sur les services aériens.

102. Le montant total du budget fédéral directement lié au tourisme est d'environ 130 millions de dollars australiens par an. La majeure partie de ces fonds (approximativement A\$90 millions) va à la Commission australienne du tourisme (ATC), organisme de marketing international de l'administration fédérale. Environ 20 millions de dollars australiens sont alloués aux entreprises touristiques dans le cadre du Programme de subventions au développement des exportations (Export Market Development Grants Scheme), qui aide les exportateurs de l'industrie du tourisme à commercialiser leurs produits à l'étranger. Approximativement 20 millions de dollars australiens sont affectés à différents autres programmes liés au tourisme, dont l'initiative de promotion du tourisme intérieur (Domestic Tourism Initiative) (via See Australia) et le programme de promotion du tourisme régional (Regional Tourism Programme). La Section 6 décrit plus en détail l'éventail des programmes fédéraux d'aide.

#### 4.3.2 *La Commission australienne du tourisme*

103. L'ATC est un organisme fédéral créé par législation spéciale en 1967 avec pour mission de promouvoir l'Australie en tant que destination touristique internationale. L'ATC est une organisation diversifiée, mondiale, employant plus de 200 personnes réparties dans 14 pays. Elle est dirigée par un conseil de 10 membres qui rend compte au ministre des Petites entreprises et du Tourisme.

104. Les dépenses annuelles totales de l'ATC s'élèvent à environ 122 millions de dollars australiens, chiffre tenant compte des contributions de l'industrie aux activités de l'ATC. La Commission a pour principaux objectifs de :

- Augmenter le nombre des visiteurs étrangers venant en Australie.
- Maximiser les effets positifs pour l'Australie générés par les visiteurs étrangers.
- S'employer en collaboration avec d'autres organismes concernés à promouvoir les principes du développement touristique respectueux de l'environnement et à sensibiliser aux conséquences sociales et culturelles du tourisme international en Australie.

105. A travers ces objectifs, la Commission vise à :

- Accroître la renommée de l'Australie à l'étranger en tant que destination touristique.

- Coordonner les efforts de promotion à l'étranger de l'industrie australienne du tourisme, en coopération avec les autorités des États et des Territoires chargées du tourisme.
- Procurer une meilleure information en Australie sur l'industrie australienne du tourisme.
- Assurer attentivement le suivi et le compte-rendu des conséquences du tourisme international sur l'environnement naturel et la société australiens.

106. L'ATC fait essentiellement porter ses efforts sur un portefeuille équilibré de pays afin que l'industrie australienne du tourisme accède à des marchés à forte croissance, forte dispersion et forts rendements. Par exemple, en 2002, l'ATC a mené 191 campagnes dans le monde entier pour un coût supérieur à 65 millions de dollars australiens. Toutes ces campagnes visaient à mettre les voyages à destination de l'Australie à la portée des consommateurs. Entres autres exemples d'actions concrètes de marketing, l'ATC s'est employée à :

- Doter l'Australie d'une image de marque internationale (« Brand Australia ») en tant que pays à visiter. Cette image de marque fait ressortir les éléments qui différencient l'Australie du reste du monde et présente l'Australie comme une destination où règnent la liberté d'esprit, l'optimisme, la joie de vivre et l'émancipation et permettant de faire des expériences très variées.
- Maintenir le site Web [www.australia.com](http://www.australia.com), pilier des programmes de marketing de la Commission concernant les professionnels et les consommateurs.
- Gérer le « Programme des journalistes invités » (« Visiting Journalists Programme »), service réservé aux professionnels et géré par l'ATC, qui offre une occasion unique aux voyageurs, grands et petits, d'accéder aux médias mondiaux et de présenter leur produit sur les principaux marchés dans le monde entier. Des journalistes sont contactés dans chaque marché étranger et sont invités à participer au programme. La publicité générée par ces visites dépasse selon les estimations 2 milliards de dollars australiens et atteint plus d'un milliard de personnes dans le monde entier chaque année.
- Collaborer étroitement avec les organismes touristiques publics des États et Territoires dans le cadre de l'alliance de marketing de la destination Australie (Destination Australia Marketing Alliance) à l'identification des opportunités à saisir pour accroître le retour collectif sur l'investissement dans le marketing.
- Accueillir la plus grande foire annuelle de l'hémisphère sud de l'industrie des voyages, la Australian Tourism Exchange (ATE), qui rassemble chaque année plus de 3000 entreprises australiennes et 700 représentants étrangers. L'ATC organise aussi des missions d'étude to à destination des principaux marchés.
- Collaborer étroitement avec la Commission australienne du commerce (Australian Trade Commission, Austrade), principal organisme public australien de promotion des exportations. Comme l'Austrade aide activement les entreprises australiennes à élargir leurs marchés à l'étranger et à gagner des parts d'exportations, ces deux organismes ont défini clairement leurs rôles et responsabilités, mis en place un cadre adapté aux actions de coordination et identifié les actions communes spécifiques à entreprendre.

#### 4.3.3 *Les États et les Territoires*

107. Chacun des États et Territoires compte au moins un organisme responsable du tourisme dans leurs juridictions respectives. Le rôle de ces organismes varie selon les priorités définies par chaque État et Territoire en matière d'élaboration de la politique et de promotion. Tous les États et Territoires aident beaucoup l'industrie du tourisme à développer ses produits. Nombre d'entre eux gèrent en outre leurs propres programmes de marketing touristique à l'étranger. Tous les États et Territoires ont leurs propres lignes de crédit réservées au tourisme dans leurs juridictions respectives. Le montant des crédits affectés au tourisme par les États et Territoires est d'environ 300 millions de dollars australiens par an.

108. Les États et Territoires jouent un rôle significatif dans l'orientation du développement du secteur australien du tourisme. Par exemple, les États et Territoires sont susceptibles de financer ou de faciliter les grands projets d'infrastructure directement utiles au tourisme dans leurs juridictions respectives. Leur aide va entre autres aux centres de convention, aux casinos ou à l'hébergement hôtelier. Il arrive que des événements spécifiques comme de grands festivals et événements sportifs soient aussi partiellement financés par les États et Territoires. Les États et Territoires participent en outre à la fourniture d'infrastructure, tels que les centres d'information touristique, et à l'infrastructure du transport, telles que les routes, et assurent la liaison avec les compagnies aériennes pour que les destinations situées dans leur juridiction soient desservies par transport aérien.

#### 4.3.4 *Cadres d'actions communes aux autorités fédérales, des États et des Territoires*

109. Les forums suivants offrent la possibilité aux autorités fédérales, des États et des Territoires d'entreprendre des actions de coopération de nature à contribuer au développement de l'industrie du tourisme.

Le Conseil des ministres du tourisme

110. Le Conseil des ministres du tourisme (Tourism Ministers' Council, TMC) est essentiellement chargé de faciliter la consultation et la coordination de l'action publique de ses membres en ce qui concerne les questions relatives au tourisme d'une portée nationale. Les gouvernements fédéraux, des États et des Territoires, et le gouvernement de la Nouvelle Zélande sont membres à part entière. L'île de Norfolk, la Papouasie Nouvelle Guinée et l'ATC sont des observateurs. Le TMC se réunit une fois l'an.

Le Comité australien permanent du tourisme (ASCOT)

111. Le Comité australien permanent du tourisme (Australian Standing Committee on Tourism, ASCOT) est un comité permanent constitué de hauts fonctionnaires responsable devant le Conseil des ministres du tourisme. Son principal objectif est d'améliorer la coopération et la coordination des politiques et activités des pouvoirs publics, qui ont une incidence sur le tourisme. L'ASCOT a pour fonctions de :

- Formuler, coordonner et examiner les politiques du tourisme en Australie.
- Emettre des avis et recommandations à l'intention du Conseil des ministres du tourisme.
- Résoudre les questions non litigieuses sur lesquelles le TMC pourrait sinon être appelé à statuer.

112. Les dirigeants de tous les organismes de tourisme fédéraux (DITR et ATC) des États et des Territoires participent aux réunions de l'ASCOT. L'ASCOT se réunit deux fois l'an.

L'Alliance de marketing de la destination Australie

113. Les liens entre l'ATC et les organismes de tourisme des États et des Territoires ont été renforcés à travers l'Alliance de marketing de la destination Australie (Destination Australia Marketing Alliance, DAMA), programme de coopération dans le domaine du marketing. DAMA a pour objectifs de :

- Veiller à l'adoption d'une démarche harmonisée en ce qui concerne le partenariat entre l'ATC et les organismes de tourisme des États et des Territoires dans le domaine du marketing international.
- Fournir aux consommateurs et à l'industrie étrangers des informations touristiques de manière à accroître les ventes et à assurer une meilleure distribution des produits à l'étranger.
- Inciter l'industrie étrangère du tourisme à mieux vendre la destination Australie et la former pour ce faire.
- Accroître l'efficacité des efforts de marketing réalisés par l'industrie australienne du tourisme.

114. Ce partenariat entre l'ATC et les organismes de tourisme des États et des Territoires demande une contribution financière de la part de tous les acteurs participant aux initiatives communes. La DAMA se réunit tous les trimestres pour étudier des stratégies de marketing particulières et les possibilités de coopération dans le domaine du marketing. Ces activités sont menées par l'ensemble du groupe ou via des accords unilatéraux ou bilatéraux.

#### Le Bureau des études sur le tourisme

115. Le Bureau des études sur le tourisme (Bureau of Tourism Research) est un organisme d'études cofinancé par l'État fédéral et tous les États et Territoires, doté d'un budget annuel total d'environ 4 millions de dollars australiens. Le BTR fournit aux pouvoirs publics et à l'industrie des données et études de haute qualité et actualisées, consacrées spécifiquement au tourisme. Son programme de travail annuel est établi d'un commun accord par ses bailleurs de fonds. Le BTR a principalement pour tâche de gérer et de diffuser les résultats de deux grandes enquêtes : l'enquête sur les visiteurs internationaux et l'enquête sur les visiteurs nationaux. Le BTR publie par ailleurs tout un éventail d'études analytiques liées au tourisme et assume des fonctions de conseils de gestion pour les pouvoirs publics et l'industrie.

#### Le Comité des études sur le tourisme

116. Sous-comité du Comité australien permanent du tourisme (ASCOT), le Comité des études sur le tourisme (Tourism Research Committee, TRC) comprend les responsables des études sur le tourisme travaillant dans les administrations fédérales, des États et des Territoires, et l'ATC. Le Bureau australien des statistiques et le Centre de coopération des études pour le tourisme durable (Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism) participent en tant qu'observateurs aux réunions du TCR. Le TCR se réunit deux fois l'an. Le TCR collabore avec le Bureau des études sur le tourisme afin de s'assurer que le programme de travail du Bureau reflète les besoins de ses membres. Il examine en outre régulièrement les priorités de recherche des membres pour veiller à ce que les prestataires de services d'étude satisfont aux besoins des utilisateurs des études. Le TCR assure par ailleurs le suivi de différents projets de recherche menés par les prestataires de services d'études.

#### Le Programme national de réponse aux problèmes du tourisme

117. Conçu par les autorités fédérales, des États et des Territoires, en concertation avec l'industrie, le Programme national de réponse aux problèmes du tourisme (National Tourism Issues Response Plan)

représente une approche coordonnée au niveau national permettant de faire face à des chocs ou événements imprévus. Ce Programme est un instrument pour réagir face à des événements tels que des actes de terrorisme ou de guerre susceptibles d'avoir une incidence sur l'industrie australienne du tourisme. Pour de plus amples informations, voir Section 5.2.5.

#### **4.4 Questions essentielles pour l'avenir**

118. L'Australie étant une fédération de gouvernements, il est capital pour la formulation et la mise en œuvre de la politique du tourisme que les trois niveaux de gouvernement coopèrent entre eux et coordonnent leurs activités. Il existe en Australie plusieurs mécanismes officiels qui permettent cette coopération et cette coordination, même si divers autres défis sont à relever. Ils comprennent notamment :

- Au niveau stratégique, mise en place d'un cadre intergouvernemental de coordination nationale du développement du tourisme pour les autorités fédérales, des États et des Territoires.
- Meilleure planification, formulation et application du marketing touristique afin de rationaliser l'utilisation des ressources et de maximiser le retour sur investissement.
- Adoption d'une démarche mieux coordonnée et plus collaborative en matière de mise à disposition de données et études.
- Mise en place d'une infrastructure du transport efficace aux fins du tourisme, comprenant de meilleures liaisons de transport intermodal, grâce à des initiatives lancées par tous les niveaux de l'administration.
- L'ouverture à la concurrence du transport aérien international est capitale pour la croissance future du tourisme australien. En conséquence, les autorités fédérales, des États et des Territoires doivent soutenir la libéralisation en cours des services de transport aérien. Les autorités fédérales doivent en outre s'employer avec les États et les Territoires à faciliter les services de transport aérien régional qui stimulent la croissance du tourisme régional.

## 5. Liens avec l'industrie du tourisme

119. Si l'Australie peut s'enorgueillir de posséder l'une des industries touristiques les plus concurrentielles au monde, ce secteur doit toujours maintenir des liens étroits avec le gouvernement sur les principaux objectifs publics afin de garder une croissance durable et à long terme.

120. Le DITR coopère avec les agences ministérielles, les syndicats professionnels et les groupes communautaires pour assurer le développement d'un tourisme dynamique et de grande qualité en Australie. La collaboration entre le gouvernement et les syndicats professionnels prend des formes variées, qui vont de la participation à des colloques sur le tourisme et des réunions centrées sur un problème particulier à l'engagement dans des rencontres face à face et des forums rassemblant les principaux industriels du tourisme.

### 5.1 Principaux syndicats professionnels

121. En raison de la variété des activités du tourisme et de ses liens avec les autres secteurs, l'industrie touristique est représentée par toutes sortes d'organismes. Il s'agit notamment des agences de voyage, des compagnies aériennes, des hôtels, motels et autres fournisseurs d'hébergement, des restaurants et des traiteurs, des organisateurs de réunions et de conventions, des boutiques hors taxes, des propriétaires de terrains de camping et de caravaning, des loueurs de voitures, des organisateurs de séjours de tourisme de nature ou d'écotourisme et des gestionnaires de parcs à thème. Il existe aussi une multitude d'organismes touristiques au niveau des régions, des villes, des comtés ruraux et des communes.

122. Voici quatre des principaux organismes touristiques avec lesquels le DITR collabore régulièrement :

#### *National Tourism Alliance (NTA)*

123. La NTA est un organisme touristique dont sont membres les syndicats professionnels du tourisme et les conseils du tourisme pour les Etats et les Territoires. En font aussi partie les associations qui représentent les organisateurs de conventions, les boutiques hors taxes, les agences de voyage, les compagnies aériennes, les organisateurs de réunions, les fournisseurs d'hébergement et les écoles de tourisme. Le rôle de la NTA consiste à coordonner la politique et la représentation de l'industrie touristique australienne. Son objectif principal est de bien représenter le tourisme auprès du gouvernement fédéral et d'aider à coordonner la mise au point d'une stratégie touristique nationale.

#### *TTF Australia*

124. TTF Australia est un grand organisme touristique qui contribue à développer la politique du tourisme et des infrastructures annexes pour le compte de ses membres. Il représente les directeurs des 200 plus gros investisseurs, opérateurs et promoteurs des secteurs du tourisme, des transports et des infrastructures en Australie.

#### *Australian Tourism Export Council (ATEC- Conseil australien du tourisme d'exportation)*

125. L'ATEC est un organisme important dans le secteur qui représente les intérêts de plus de 1 000 professionnels du tourisme d'exportation et du tourisme à destination de l'Australie répartis dans tout le pays. Il entretient des contacts réguliers avec les gouvernements de la fédération, des Etats et des Territoires et d'autres organismes touristiques. L'ATEC a notamment mis au point un programme d'accréditation national et un code de conduite. Il joue aussi un rôle actif dans la coordination de la participation du tourisme australien à l'Accord de visa pour les voyages en groupe que l'Australie a conclu avec la Chine.

*Australian Hotels Association (AHA)*

126. L'AHA représente les intérêts des employeurs de l'hôtellerie australienne. Elle donne à l'hôtellerie les moyens d'être représentée à l'échelle nationale sur des questions telles que le tourisme, l'imposition, la taxe à la consommation et les relations syndicats-patronat.

**5.2 *Coopération pour améliorer la compétitivité de l'industrie touristique***

127. Par l'intermédiaire du DITR, le gouvernement fédéral a collaboré étroitement avec plusieurs grands organismes du secteur, aussi bien publics que privés, en utilisant des mécanismes de coopération, afin de renforcer l'avantage compétitif de l'Australie.

**5.2.1 *Tourisme à destination de l'Australie***

128. Les relations étroites nouées entre le DITR et l'industrie touristique sont soulignées par le travail entrepris sur trois des principaux marchés du tourisme à destination de l'Australie : le Japon, la Corée et la Chine.

129. Après avoir étudié les obstacles à la croissance du tourisme japonais vers l'Australie, le DITR a, en collaboration avec le secteur touristique, mis au point un plan d'action stratégique intitulé *Dynamiser le tourisme japonais en Australie*. Un des principaux résultats de ce plan qui couvre quatre grands domaines - les produits, l'aviation, la distribution et l'information - est la création du Groupe de mise en place du tourisme japonais, qui a pour mission première l'avancement de 38 actions énumérées par le plan. Ce groupe, constitué de représentants des agences ministérielles et des acteurs du secteur, a réussi à faire progresser certaines actions majeures prévues par le plan au cours des douze mois écoulés et a noué d'étroites relations de travail avec l'industrie japonaise des voyages.

130. Une étude similaire consacrée au tourisme coréen à destination de l'Australie est actuellement réalisée par le DITR, en collaboration avec l'ATC, les organismes touristiques des Etats et des Territoires et les professionnels du secteur.

131. Dans le cadre des actions visant à assurer la durabilité du marché du tourisme chinois vers l'Australie, qui devrait progresser fortement dans les dix ans à venir (de 12.6 % par an en moyenne), le DITR préside un Groupe mixte de pilotage comprenant les agences du gouvernement fédéral (le DITR, l'agence de l'immigration et l'ATC), un représentant des organismes touristiques des Etats et des Territoires et les représentants des professionnels du secteur. D'abord centré sur le prochain Accord de visa pour les voyages en groupe, le Groupe de pilotage a mis en place diverses mesures de coopération, dont l'aide à la fourniture de produits et services touristiques de qualité, l'amélioration de la connaissance par le secteur du fonctionnement du marché et le renforcement de la compétitivité de l'Australie. Parmi les principales actions entreprises récemment, citons les études consacrées à la satisfaction des consommateurs, les audits du secteur et les campagnes d'éducation des consommateurs.

**5.2.2 *Tourisme intérieur***

132. Dans le domaine du tourisme intérieur, une collaboration plus étroite s'est aussi instaurée entre les différents acteurs pour améliorer les performances du secteur. L'initiative baptisée " Visitez l'Australie" est fondée sur un accord de partenariat entre le gouvernement fédéral, les gouvernements des Etats et des Territoires et les professionnels du tourisme. Cette initiative vise à encourager les Australiens à faire une pause et à apprécier des vacances dans leur propre pays.

133. Lors du lancement de l'initiative en 1999, pour une période de quatre ans, le gouvernement fédéral a fourni 8 millions de dollars australiens, les professionnels ont parrainé l'initiative avec plus de 5

millions de dollars australiens et les gouvernements des Etats et des Territoires ont contribué à hauteur de 4 millions de dollars australiens à cette campagne. En 2002, elle a encore bénéficié de 8 millions de dollars australiens versés sur quatre ans par le gouvernement fédéral, les partenaires du secteur continuant à financer aussi l'opération.

134. En réponse aux pressions exercées par la guerre en Irak et l'épidémie de SRAS, le gouvernement fédéral a accordé en mai 2003, 2 millions de dollars australiens en faveur d'une campagne à court terme de "Visitez l'Australie", afin de dynamiser l'activité touristique intérieure. Les partenaires du secteur et les gouvernements des Etats et des Territoires ont aussi contribué pour 5 millions de dollars australiens à la campagne à court terme.

135. Dans l'ensemble, cette initiative en faveur du tourisme intérieur a permis de renforcer les partenariats au sein du secteur autour d'un objectif principal, à savoir l'augmentation de la demande totale du tourisme intérieur.

### 5.2.3 Programmes de développement des entreprises

136. Le gouvernement fédéral cherche aussi à renforcer les liens avec le secteur touristique en lançant des programmes qui améliorent sa compétitivité et ses capacités et favorisent les opportunités de développement.

137. Trois grands programmes de développement des entreprises accessibles aux acteurs du tourisme sont présentés ci-dessous.

#### Programme d'intervention en faveur des petites entreprises

138. Le Ministre des petites entreprises et du tourisme a récemment annoncé le lancement d'un nouveau *Programme d'intervention en faveur des petites entreprises* de 24 millions de dollars australiens visant à accélérer la croissance des petites entreprises, dont celles du tourisme, en particulier dans les régions. Dans le cadre de ce programme, des spécialistes du secteur fourniront une aide sur site et des conseils aux propriétaires et aux directeurs des petites entreprises locales sur l'ensemble du territoire australien.

## Programme du tourisme régional

139. Le tourisme régional dispose des capacités nécessaires pour être le moteur de la croissance du tourisme australien et de sa durabilité au cours des dix années à venir et au-delà. L'accélération du développement du tourisme rural et régional peut aussi être un des ressorts de la restructuration et du rajeunissement économique et social des régions.

140. Le programme du tourisme régional aide à attirer les touristes dans les régions, favorisant ainsi le développement de l'emploi et l'activité économique dans les communautés locales. Ce programme a par exemple financé l'essor d'entreprises déjà spécialisées dans le tourisme régional ou l'expansion en direction du tourisme d'entreprises implantées dans les régions, le développement de marchés de niche régionaux, dont le tourisme ethnique, l'essor de l'industrie touristique régionale et l'aide aux initiatives en ligne.

## Le programme de subventions au développement des exportations

141. Le programme de subventions au développement des exportations est le principal programme d'assistance financière du gouvernement fédéral aux exportateurs. Afin d'aider les petites et moyennes entreprises, le gouvernement fédéral s'est engagé à verser 150.4 millions de dollars australiens par an jusqu'en 2006. Le programme rembourse jusqu'à 50 % des dépenses réalisées dans des opérations éligibles de promotion des exportations.

142. Le secteur du tourisme a largement profité du programme depuis 1996, année où il y a eu pleinement accès. En 2001-2002, 469 bénéficiaires générant 782 millions de dollars australiens d'exportations ont reçu des subventions estimées au total à 19.2 millions de dollars australiens. Le tourisme représente environ 13 % des bénéficiaires de subventions.

### 5.2.4 *Autres liens*

143. D'autres initiatives ont renforcé les liens avec l'industrie touristique et la compétitivité du secteur :

- Des financements annuels d'environ 90 millions de dollars australiens accordés par le gouvernement fédéral à l'ATC pour la promotion et la commercialisation du tourisme à l'étranger ; ces financements ont attiré d'autres contributions venant du secteur pour plus de 30 millions de dollars australiens par an.
- Un système d'accréditation de l'industrie touristique, qui comprend le financement et la mise au point d'un certain nombre de programmes d'accréditation particuliers au secteur. Citons en particulier le Code de conduite du tourisme d'exportation conçu et testé avec succès grâce à des fonds versés par le gouvernement fédéral.
- La coopération fructueuse avec les gouvernements des Etats et des Territoires et avec le secteur pour financer et entreprendre le lancement d'une série d'initiatives visant à améliorer les normes des services dans le tourisme à destination de l'Australie.
- Le Centre d'études en coopération pour le tourisme durable, qui est un partenariat entre les universités, le secteur privé et les gouvernements, destiné à réaliser des opérations de recherche et de développement contribuant au développement durable du tourisme en Australie.

- En collaboration avec le secteur, la rationalisation des processus relatifs aux visas jointe au maintien de l'intégrité du "programme pour les visiteurs".
- La coordination et la mise en place d'un Programme de réponse aux problèmes du tourisme national, qui rend l'industrie touristique australienne mieux à même de répondre aux chocs et événements importants (la section 5.2.5 fournit de plus amples informations sur ce programme).
- Les actions pour assurer l'accès maximal des compagnies aériennes internationales au territoire australien, y compris aux différentes régions, grâce à la collaboration étroite avec les acteurs du secteur, des Etats et des Territoires et l'établissement d'une base d'informations complète.
- La collaboration étroite avec les compagnies aériennes pour les encourager à adopter des droits négociés.
- L'identification de meilleures solutions aux besoins de l'Australie en matière de transports touristiques, notamment par l'intégration des problèmes du tourisme dans la mise en place de la nouvelle stratégie pour les transports terrestres nationaux, baptisée Auslink, et le cofinancement de travaux de recherche, tels que la récente étude de TTF Australia intitulée « Sur la piste ».
- La collaboration étroite avec le secteur des voyages pour encourager l'innovation et soutenir la confiance des consommateurs. Ces efforts ont notamment consisté dans la recapitalisation du Fond de compensation des voyages et l'examen par les Etats et les Territoires des moyens d'améliorer la protection financière des voyageurs.

#### 5.2.5 Mécanismes d'intervention en cas de crise du tourisme

144. L'instabilité grandissante de l'environnement des opérations touristiques depuis quelques années a donné un rôle accru aux mécanismes destinés à rapprocher les acteurs du tourisme et les autres parties prenantes pour fournir des réponses efficaces et holistiques aux événements imprévus. Deux mécanismes de ce type utilisés en Australie sont présentés ci-dessous.

##### Programme national de réponse aux problèmes du tourisme

145. En septembre 2002, le Conseil des Ministres du tourisme a demandé au DITR de coordonner la mise au point d'un programme national de réponse aux problèmes du tourisme. Ce programme a été conçu en collaboration avec le secteur touristique, pour répondre aux grands chocs ou événements imprévus. Il fournit un cadre d'intervention pour traiter l'impact sur le tourisme australien d'événements tels que les actes de terrorisme, les guerres ou le déclenchement de maladies qui affectent les voyages. Un des éléments clés du programme consiste en un mécanisme national d'intervention qui englobe les acteurs du tourisme.

146. Ce programme, qui institue quatre groupes de travail, fait intervenir les organismes touristiques de la fédération, des Etats et des Territoires et l'industrie touristique. Il a été activé en mars 2003 pour faire face aux conséquences du SRAS et de la guerre en Irak. Il institue, au sommet, un groupe central de gestion responsable devant les ministres du tourisme de la fédération et des Etats et des Territoires ainsi qu'un réseau de communication interne au secteur, un groupe de conseil en action publique et un groupe d'étude responsables devant le groupe de gestion. Les principaux organismes du secteur participent activement aux travaux des groupes de communication, de conseil en action publique et d'étude.

147. Aux termes du programme, le groupe central de gestion de crise se compose des directeurs des agences de tourisme des gouvernements de la fédération, des Etats et des Territoires et se réunit une fois par semaine lorsque le programme est activé. Ce groupe a pour objectif de fournir une position commune à l'ensemble du gouvernement, si possible avant l'émergence du problème, de faciliter le suivi et la communication à haut niveau et d'améliorer la coordination nationale de toutes les réponses éventuelles du gouvernement à l'évènement en question. Il présente aux ministres du tourisme de la fédération, des Etats et des Territoires une évaluation journalière de la situation et distribue un bulletin d'information quotidien aux professionnels du secteur.

148. Le groupe de conseil en action publique, qui rassemble des représentants des gouvernements de la fédération, des Etats et des Territoires et de l'industrie touristique, propose au groupe central de gestion de crise les options en matière de réponse politique et de mesures de redressement liées à l'impact de l'évènement et fournit un avis sur les analyses d'impact à réaliser.

149. Le réseau de communication du secteur comprend les chargés de relations publiques des gouvernements de la fédération, des Etats et des Territoires qui évaluent et recommandent les mesures à prendre en matière de communication et de marketing à la suite de l'évènement et informe le groupe central de gestion de crise des principaux problèmes de relations publiques.

150. Le groupe d'étude sur le tourisme institué par le programme comprend des spécialistes de la fédération, des Etats et des Territoires et de l'industrie touristique et fournit des avis sur les analyses d'impact à réaliser ; en outre, il gère et diffuse leurs résultats aux acteurs principaux. Le groupe a récemment mené une enquête sur 2 200 entreprises touristiques afin de fournir des données fiables sur l'impact de l'épidémie de SRAS sur les revenus des entreprises et de présenter les différentes actions possibles.

151. L'un des grands résultats obtenus grâce à l'application du programme jusqu'à aujourd'hui a été l'engagement des principaux acteurs du tourisme dans une réponse nationale cohérente qui couvre le suivi et la gestion de l'épidémie de SRAS et l'analyse des moyens de redressement possibles. Le travail accompli dans le cadre du programme a enfin conduit à des initiatives comme le lancement d'une nouvelle campagne de marketing de 20 millions de dollars australiens, soit 10 millions fournis par le gouvernement fédéral et 10 millions fournis par les partenaires du secteur, qui sont versés à l'ATC pour promouvoir l'Australie en tant que destination touristique sur les principaux marchés internationaux.

#### *Le groupe de travail sur l'industrie touristique- septembre 2001*

152. Le groupe de travail sur l'industrie touristique a été établi par le gouvernement fédéral en septembre 2001 pour évaluer l'impact sur le secteur des attaques terroristes du 11 septembre et de la faillite de la compagnie aérienne nationale, Ansett Airlines. Le groupe a servi de centre de coopération étroite entre le gouvernement et le secteur du tourisme. Il a élaboré les options et les stratégies pouvant être acceptées par l'industrie touristique et les gouvernements pour aider le secteur du tourisme à relever les défis lancés par ces deux évènements.

153. L'analyse a souligné l'impact significatif de ces évènements sur l'économie australienne et le tourisme et prévu une perte de 0.6 % du PIB au quatrième trimestre 2001, soit un manque à gagner d'environ 1 milliard de dollars australiens pour l'économie du pays. Il a aussi été établi que le secteur mettrait au moins deux ans à récupérer, si aucun autre choc important ne survient dans l'intervalle. Le groupe de travail a identifié trois grands domaines à surveiller :

- Le maintien de la confiance et de la demande des consommateurs.

- Les problèmes d’emploi et de cash-flow.
- La restauration de la capacité du transport aérien national et des billets à prix réduits.

154. En octobre 2001, le gouvernement annonça d’abord l’octroi de 20 millions de dollars australiens pour venir en aide au tourisme. En janvier 2002, il fournit encore 45 millions de dollars australiens, répartis comme suit:

- 15 millions de dollars australiens en faveur des petites entreprises qui ont honoré les commandes relatives aux forfaits vacances d’Ansett Airlines pour tenir leurs engagements envers leurs clients, mais n’ont pas été payées.
- 5 millions de dollars australiens de bons vacances distribués aux Australiens pour stimuler le tourisme intérieur.
- Nouveaux financements de 24 millions de dollars australiens accordés à l’ATC sur cinq ans.
- Nouveaux financements pour le Programme de promotion du tourisme régional de 8 millions de dollars australiens sur quatre ans.
- Nouveaux financements pour le programme de promotion du tourisme intérieur « Visitez l’Australie » de 8 millions de dollars australiens sur quatre ans.
- Contribution unique de 5 millions de dollars australiens versée au Fonds de compensation des voyages chargé en premier lieu de l’octroi des licences aux agents de voyage ; ce montant devait être complété par une somme identique venant des gouvernements des Etats et des Territoires.
- Une série d’actions visant à restaurer les liaisons aériennes vers les régions australiennes.

### ***5.3 Liens du gouvernement avec l’industrie touristique pour faire face aux problèmes et aux menaces affectant les entreprises de ce secteur***

155. Les entreprises touristiques australiennes doivent relever des défis d’origine externe et interne. Comme nous l’avons déjà indiqué, le gouvernement fédéral a établi plusieurs mécanismes tels que le Programme national de réponse aux problèmes du tourisme qui reposent sur des liens étroits avec l’industrie touristique pour contrer les effets des grands chocs. La section 6 du rapport présente une série de liens à l’intérieur du gouvernement qui sont fondés eux aussi sur une coopération étroite avec l’industrie touristique pour traiter les problèmes plus systématiques et structurels qui touchent le secteur.

156. Les paragraphes qui suivent abordent un certain nombre de défis externes et internes spécifiques que le secteur touristique doit relever et les stratégies de réponse appliquées par le gouvernement en partenariat avec le secteur.

#### ***5.3.1 Soutien à la rentabilité du secteur touristique par l’accreditation***

157. Comme nous l’avons indiqué plus haut, un des grands problèmes de l’industrie touristique est la rentabilité et nous avons présenté quelques-unes des stratégies d’intervention mises en place par le gouvernement en partenariat avec cette industrie pour favoriser son développement et sa durabilité (comme l’augmentation du rendement plutôt que du volume, la diversification des produits et la meilleure adéquation entre les produits et la demande du marché).

158. Alors que l'industrie touristique restera exposée de façon continue à la concurrence et aux influences économiques mondiales, un des facteurs clés du soutien à la rentabilité du secteur sera son aptitude à être compétitif en termes de qualité et de rapport qualité-prix. L'adoption par le tourisme de mécanismes appropriés d'accréditation est considérée comme un des pivots de la stratégie visant à atteindre ces objectifs.

159. Le gouvernement fédéral a collaboré étroitement avec l'industrie touristique pour mettre au point un cadre volontaire d'accréditation touristique. Ce cadre doit permettre d'obtenir une approche cohérente pour les nombreux programmes d'accréditation touristique déjà appliqués ou en phase de conception. Le résultat recherché est l'amélioration continue des normes de qualité déjà élevées du tourisme australien et l'évaluation des bonnes pratiques du secteur. Voici quelques exemples des initiatives auxquelles le gouvernement fédéral participe :

- Octroi de 96 000 dollars australiens à l'ATEC pour appliquer le Code de conduite du tourisme d'exportation.
- Publication d'une brochure intitulée « Faire ses achats en Australie », qui vise à rendre les consommateurs plus conscients du type de pratiques acceptables dans le pays.
- Collaboration avec le Conseil australien du tourisme d'exportation (ATEC) pour garantir que la qualité vantée auprès des touristes chinois est effectivement assurée par les professionnels. Fixation par le secteur de références pour les itinéraires et vérification de ces itinéraires afin de s'assurer que de gros efforts ont été faits pour les respecter.
- Organisation d'un forum national d'accréditation touristique pour permettre aux acteurs du secteur d'échanger des informations sur les programmes existants ou en projet et de mieux comprendre le marché national de l'accréditation touristique.

160. Les initiatives lancées dans le domaine de l'accréditation touristique incluent celles prises par l'Association australienne d'accréditation touristique, qui a mis au point un cadre d'accréditation des entreprises de ce secteur. Parmi les autres exemples de systèmes d'accréditation, citons ceux adoptés par le Conseil australien des loisirs de plein air et l'Association australienne des loisirs et des divertissements. Ces organisations sont de plus en plus considérées par les compagnies d'assurance comme des références pour obtenir une assurance publique appropriée.

### 5.3.2 *Etablissement de liaisons aériennes suffisantes et durables*

161. L'industrie touristique dépend fortement des industries aéronautiques internationales et nationales. Les vols à destination de l'Australie sont des vols moyen-courrier ou long courrier pour la plupart des grands marchés touristiques et centres de population et de nombreuses destinations touristiques sont dispersées sur l'ensemble du territoire.

162. La durabilité des liaisons internationales offertes par les compagnies aériennes représente un grand défi dans un environnement commercial international très difficile, caractérisé par des rendements faibles, une concurrence accrue, des coûts élevés et une demande instable. Le secteur demeure en outre vulnérable à l'égard des chocs extérieurs. La libéralisation progressive du système bilatéral de régulation des compagnies aériennes internationales a favorisé la concurrence et la croissance du tourisme à destination de l'Australie. Toutefois, les droits des liaisons aériennes doivent encore être libéralisés pour que les capacités et les droits opérationnels permettent aux compagnies de répondre avec souplesse à la demande touristique et d'améliorer l'environnement concurrentiel.

163. Comme nous l'expliquerons à la section 7.4., le gouvernement fédéral a activement cherché à libéraliser les accords aériens avec les grands marchés touristiques, notamment grâce à la négociation d'accords de ciel ouvert. La collaboration avec le secteur touristique sur la mise au point des positions et la discussion des problèmes principaux afin d'obtenir le meilleur résultat possible pour le secteur est une des principales tactiques adoptées par le DITR afin de préparer les négociations aériennes.

164. Faire en sorte que les destinations régionales de l'Australie restent suffisamment desservies – pour les voyageurs australiens comme pour les voyageurs étrangers - constitue un autre défi de taille. Si les niveaux de capacité intérieure ont été en grande partie restaurés après la faillite d'Ansett Airlines, la perte de ce partenaire national pour STAR, l'alliance des transporteurs aériens, a aussi empêché la dispersion internationale du tourisme.

165. Le DITR et l'ATC collaborent avec l'industrie touristique et les acteurs des Etats, des Territoires et des régions pour mettre au point des stratégies et construire des projets cohérents et convaincants afin d'attirer des vols, y compris ceux des nouveaux transporteurs low cost opérant dans la région Asie-Pacifique et en Australie, vers les centres situés au-delà des grandes villes marquant l'entrée du pays.

#### **5.4 Questions essentielles pour l'avenir**

166. A l'inverse de nombreux secteurs industriels, on ne peut pas définir simplement le tourisme comme un ensemble d'entreprises qui offrent des produits particuliers et similaires. Au contraire, l'industrie touristique englobe toute une gamme de fournisseurs et d'utilisateurs de biens et de services variés et pénètre d'autres secteurs de l'économie.

167. A cause de cette fragmentation du secteur, il est très difficile pour l'industrie touristique de parler d'une seule voix lorsqu'elle traite avec le gouvernement et, en conséquence, des messages contradictoires peuvent parvenir à celui-ci quant à la position du « secteur » sur des questions particulières ou les objectifs qu'il poursuit. Le gouvernement fédéral est conscient de ces problèmes et s'attache à bien jouer son rôle en collaborant avec le secteur touristique pour s'assurer qu'une approche plus cohérente est recherchée.

168. Le défi particulier que le gouvernement doit relever est la poursuite de la collaboration avec l'industrie touristique pour garantir que les programmes de développement et de renforcement des capacités des entreprises sont appropriés et réussissent à aider le tourisme à devenir une activité compétitive sur le plan international et durable. Les moyens pour y parvenir sont les suivants :

- Transformer l'image de l'Australie pour la faire passer d'une simple destination touristique à un pays de vacances exceptionnelles afin de maximiser les profits à partir d'un nombre plus réduit de voyageurs.
- Diversifier et améliorer la qualité des produits touristiques australiens et centrer les efforts sur les profits des entreprises et les marchés de niche afin de pouvoir mettre en place une industrie touristique durable et rémunératrice.
- Accroître la rentabilité des entreprises pour mieux protéger le secteur contre l'instabilité et les incertitudes mondiales.
- Améliorer l'utilisation et la coordination des installations entre les secteurs public et privé.

169. Pour que l'Australie puisse continuer à être suffisamment desservie par des compagnies aériennes internationales et nationales compétitives, afin de répondre à l'augmentation de la demande et aux objectifs de développement du tourisme régional, ce qui constitue un nouveau défi, une collaboration suivie entre le gouvernement et l'industrie touristique sera essentielle.

## **6. Liens avec d'autres politiques**

### **6.1 *Prise en compte du tourisme par les autres politiques***

170. L'approche gouvernementale globale adoptée par l'Australie vise à établir une base économique solide qui crée un environnement public idéal pour le développement du tourisme.

171. Afin de maximiser les avantages que l'Australie tire du tourisme, le DITR collabore étroitement avec d'autres agences ministérielles fédérales, notamment dans les domaines des transports et des infrastructures de transport, du traitement des visas et des déplacements des voyageurs, du conseil en matière de voyages, des investissements, du renforcement des compétences, des normes, de l'interface entre le tourisme et l'environnement, de la mise au point des produits et de la mise à profit de la base de renseignements du secteur.

172. La responsabilité administrative de différents aspects de cette politique à l'échelon fédéral est confiée aux ministères fédéraux suivants :

#### *6.1.1 Le Ministère de l'immigration et des affaires multiculturelles et ethniques*

173. La mise au point et la gestion de la politique suivie par l'Australie en matière de visas incombe au Ministère de l'immigration et des affaires multiculturelles et ethniques (DIMIA). Au cours de ces dernières années, le gouvernement a lancé plusieurs initiatives qui ont rationalisé les procédures d'octroi des visas et soutenu la croissance du tourisme international en Australie. Il s'agit notamment de :

#### L'Office en ligne des voyages

174. Près de 85 % des étrangers qui visitent l'Australie utilisent l'Office en ligne des voyages (ETA) qui leur permet d'entrer aussi efficacement que possible en Australie, en évitant un long passage à la douane à l'arrivée. L'ETA est un service offert aux ressortissants de 33 pays, pour les séjours touristiques de courte durée ou les voyages d'affaires. On peut maintenant passer par l'Internet pour demander à bénéficier des services de l'ETA.

#### Poursuite du développement des accords sur les vacanciers au travail (WHM)

175. L'Australie a conclu des accords de réciprocité pour les vacanciers au travail avec 14 pays. L'entrée de 80 000 de ces vacanciers chaque année crée environ 8 000 emplois à temps plein, le plus souvent dans le tourisme. Ce programme joue un grand rôle dans l'industrie touristique, mais favorise aussi le développement culturel et social des jeunes et la compréhension mutuelle entre l'Australie et d'autres pays.

#### Accord sur les voyages en groupe avec la Chine

176. Le DIMIA a fortement contribué à la mise au point de l'accord sur les visas pour les voyages en groupe conclu avec la République populaire de Chine. Voir la section 5.2.1. pour de plus amples renseignements sur cet accord.

#### Le programme des visiteurs parrainés

177. Cette catégorie de visa permet aux citoyens australiens et aux résidents permanents de parrainer des membres de leur famille qui peuvent entrer comme visiteurs en Australie. Depuis que le programme a démarré il y a deux ans, un peu plus de 7 000 visas ont été accordés à des visiteurs parrainés.

## Le réseau de coordination des manifestations internationales

178. Le réseau de coordination des manifestations internationales (IECN) a été créé pour rationaliser le traitement des visas des visiteurs assistant à des manifestations internationales en Australie. En trois ans d'existence, l'IECN a coordonné avec succès l'entrée de plus de 139 000 visiteurs venus de plus de 100 pays différents pour assister à un total de 509 manifestations organisées en Australie.

## Le visa de travail de résidence temporaire

179. L'Australie offre un visa de travail de résidence temporaire qui permet aux entreprises de recruter du personnel étranger afin de pallier des manques de main-d'œuvre en Australie. Ce visa est important pour les professionnels australiens du tourisme, car il leur permet d'embaucher des employés étrangers à des postes comme ceux de guides accompagnateurs ; des conventions salariales ont aussi été conclues pour faciliter encore ce processus.

## Données sur les arrivées et les départs des étrangers

180. En tant que principale agence de contrôle aux frontières, le DIMIA joue un rôle important en collectant et gérant les fiches des passagers entrant ou sortant du pays ; ces fiches constituent la base des grandes collectes de données sur le tourisme international, telles que les séries mensuelles du Bureau australien des statistiques sur les arrivées et les départs d'étrangers. Les professionnels du tourisme restent en contact régulier avec le DIMIA pour assurer la mise à jour des données relatives à ces fiches de passagers.

## Le groupe consultatif sur le tourisme et les visas (TVAG)

181. Le TVAG a été établi pour être, grâce à des réunions régulières, le vecteur d'un flot d'informations efficace et à jour sur les problèmes de visas et de voyages qui affectent le tourisme.

182. Le TVAG est présidé par le DIMIA et comprend un petit nombre de participants principaux, dont le DITR, l'ATEC, TTF Australia, l'ATC et des représentants des compagnies aériennes.

### 6.1.2 *Le Ministère des transports et des liaisons régionales*

183. Le DTIR collabore étroitement avec le Ministère des transports et des liaisons régionales (DOTRS) sur une base régulière pour garantir que les problèmes du tourisme sont pris en compte dans l'application de la politique des transports. Les autres grands participants à ce processus sont : les gouvernements des États et des Territoires et les gouvernements locaux, l'ATC, les compagnies aériennes, les agences de contrôle aux frontières, d'autres professionnels du transport et les propriétaires d'aéroports.

184. Dans le domaine des transports aériens, l'existence de liaisons compétitives a une grande incidence sur le coût du voyage, qui lui-même joue directement sur la compétitivité de l'Australie comme destination touristique. La restauration de la capacité aérienne intérieure et internationale et de billets d'avion à prix réduits constitue une grande préoccupation pour l'industrie touristique après les événements du 11 septembre 2001, la faillite de la compagnie nationale Ansett Airlines, la guerre en Irak et l'épidémie de SRAS.

185. Depuis dix ans, l'Australie a adopté une approche libérale, flexible et ouverte à la concurrence en matière de politique des transports aériens. Elle a permis le développement significatif du tourisme international et contribué à soutenir les destinations touristiques régionales. Le DTIR dispose du statut de délégué à part entière dans les équipes de négociation sur les liaisons aériennes internationales qui portent sur les grands marchés étrangers ; cette participation suppose une collaboration étroite avec l'ATC.

186. En ce qui concerne les routes, un réseau routier bien développé et bien entretenu est important pour le secteur puisque environ 80 % des Australiens visitant leur pays utilisent leur voiture particulière. Les transports ferroviaires et les transports par car jouent aussi un rôle significatif dans l'industrie touristique. Le DITR enquête actuellement sur les besoins du tourisme en infrastructures de transport sur l'ensemble du territoire australien, en coopération avec TTF Australia.

187. Le DITR travaille avec les agences de contrôle aux frontières pour que le traitement des passagers soit souple, afin de minimiser les retards et les désagréments sans compromettre la sécurité.

188. Le DOTRS propose un certain nombre de programmes de financement. Voici ceux dont de nombreux professionnels du tourisme demandent à bénéficier :

Le programme d'assistance régionale

189. Ce programme crée des emplois dans les régions et les zones reculées et métropolitaines de l'Australie en encourageant les communautés locales à favoriser la croissance des entreprises et à créer des emplois durables. Il fournit des financements d'amorçage pour des projets de qualité novateurs présentant un intérêt pour la communauté. Les fonds sont disponibles pour des projets situés dans l'ensemble du pays.

Le programme d'intervention régionale

190. Ce programme offre des financements à des sociétés à but non lucratif fortement soutenues par leur communauté ou leur région. Il s'adresse principalement aux communautés rurales et régionales confrontées à des défis économiques, au déclin démographique dû aux restructurations industrielles, au manque d'opportunités de développement ou à de graves problèmes de chômage et de retard social.

Le programme d'aide régionale pour l'industrie laitière

191. Ce programme fait partie de l'enveloppe de 1.94 milliard de dollars australiens accordée par le gouvernement fédéral pour la restructuration de l'industrie laitière. Il vise à aider les communautés touchées par la déréglementation de l'industrie laitière australienne. Il favorise l'emploi à long terme en complétant les investissements des entreprises et accorde une aide pour les services qui seront d'une utilité économique et sociale continue pour les régions affectées par la déréglementation. Les projets touristiques ayant bénéficié de ce programme sont ceux qui améliorent les équipements de loisirs de régions spécifiques.

Le programme pour les centres ruraux de services (RTC)

192. Des financements sont accordés pour aider les petites communautés à établir leur propre RTC, qui leur permettra d'accéder à des services. La spécificité et le caractère novateur de chaque RTC reflète la communauté qu'il dessert. Les types de services offerts incluent les services financiers, la poste, le téléphone, le facsimile et l'Internet ; les installations nécessaires aux hommes d'affaires en déplacement ; des services de secrétariat ; la participation aux programmes destinés aux chômeurs ; les assurances, les impôts et les services assurés par les gouvernements de la fédération, des Etats et des Territoires et les gouvernements locaux.

### 6.1.3 *Le Ministère des communications, des technologies de l'information et de la culture (DCITA)*

193. Le gouvernement fédéral favorise les liens entre le DITR, l'Australia Council (l'organisme fédéral de financement et de consultation pour la culture) et le DCITA afin de lancer des programmes créateurs de nouvelles opportunités pour le tourisme culturel. Parmi ces initiatives, citons :

- L'amélioration des compétences en gestion des entreprises culturelles qui demandent à accueillir des touristes, grâce aux programmes de développement des entreprises existants.
- L'amélioration de l'accès des entreprises culturelles aux marchés touristiques, y compris le développement des réseaux de commercialisation et de distribution.
- L'identification de nouveaux marchés touristiques pour les produits culturels.

194. Ces initiatives encouragent les organismes culturels à étudier leur capacité d'attraction pour les touristes et à amener les régions pourvues d'attractions culturelles à développer cette composante de leur territoire et à commercialiser avec succès leurs produits.

#### 6.1.4 *La Commission des aborigènes et des habitants du détroit de Torres (ATSIC)*

195. L'ATSIC a conçu trois stratégies sectorielles visant à favoriser la participation des aborigènes à l'industrie rurale, touristique et culturelle. Dans ces trois secteurs, les aborigènes ont des produits et des expériences uniques à offrir. Les stratégies ont été élaborées en collaboration avec les agences partenaires de l'industrie rurale, dont le DITR, le Ministère de l'agriculture, des forêts et de la pêche et le Ministère des communications, des technologies de l'information et de la culture.

196. En outre, un groupe de pilotage du tourisme ethnique (ITLG) a été créé en juin 2000. Il s'agit d'une initiative de l'ensemble du gouvernement comprenant des représentants du gouvernement et du secteur touristique, le DITR assurant le secrétariat. Jusqu'à présent, l'ITLG a :

- Elaboré une proposition demandant au gouvernement d'envisager la création d'un fonds de capital-risque en faveur du tourisme ethnique.
- Approuvé un programme d'accréditation du tourisme ethnique « Respecter notre culture » et soutenu le programme d'accréditation du comité des professionnels du tourisme ethnique d'Australie occidentale.
- Engagé des consultations avec le groupe hôtelier Accor pour la mise en place d'un programme d'emploi des aborigènes.
- Engagé des actions de sensibilisation culturelle pour les CEO en relation avec le tourisme ethnique.
- Piloté l'application de la stratégie nationale du tourisme aborigène et du tourisme dans le Détroit de Torres, élaborée par l'ATSIC et le DITR.

#### 6.1.5 *Le Ministère des affaires étrangères et du commerce (DFAT)*

197. Le Ministère des affaires étrangères et du commerce publie des bulletins de conseils par pays centrés sur les risques auxquels s'exposent les voyageurs australiens. Le site du DFAT [www.dfat.gov.au](http://www.dfat.gov.au) fournit aussi des conseils d'ordre général aux voyageurs australiens, leur recommande de prendre une assurance-voyage et leur permet de signaler leur présence aux ambassades australiennes à l'étranger ; il propose également des bulletins de voyages concernant principalement les problèmes ou événements spécifiques (comme les catastrophes naturelles ou les troubles civils) qui peuvent affecter les voyageurs australiens.

198. Les postes du DFAT à l'étranger fournissent des informations à jour sur les problèmes et l'évolution du tourisme dans le monde. Ils aident le DITR en présentant des informations sur des sujets tels que l'impact du SRAS et de la guerre en Irak et permettent une collecte et une diffusion efficaces des renseignements dans le cadre du Programme national de réponse aux problèmes du tourisme.

199. Les postes du DFAT jouent aussi un rôle utile en fournissant des informations sur les évolutions du secteur touristique qui peuvent affecter la propension aux voyages internationaux sur un marché particulier, y compris des renseignements sur la situation économique et les accords de visas et de travail pour les vacanciers.

200. Le DITR collabore étroitement avec le DFAT dans divers forums du Comité ministériel mixte afin de favoriser les relations commerciales bilatérales sur les grands marchés.

#### 6.1.6 *La Commission du commerce australien (Australian Trade Commission - Austrade)*

201. Austrade est la principale agence de promotion des exportations d'Australie. Elle est représentée dans 105 villes réparties dans 58 pays et dispose aussi d'un réseau intérieur bien développé dans toute l'Australie. Austrade propose des services pratiques, des informations sur les marchés et une aide continue (financière notamment) aux entreprises australiennes cherchant à se développer à l'international. Elle fournit aussi des conseils et un suivi sur les opportunités d'investissement et de création d'entreprises conjointes à l'étranger et aide les entreprises australiennes à entrer en contact avec des investisseurs étrangers potentiels.

202. Austrade et l'ATC collaborent étroitement sur les marchés étrangers pour maximiser l'impact et le retour sur investissement de la commercialisation internationale (voir section 4.3.2). Elle représente aussi l'ATC sur les marchés où celui-ci ne dispose pas de personnel sur le terrain.

203. Austrade est chargée de gérer un certain nombre de programmes d'aide à l'exportation, tels que le Programme de subvention au développement des marchés d'exportation (cf. section 5.2.3) et TradeStart. TradeStart est un réseau national de bureaux d'aide à l'exportation reposant sur un partenariat entre Austrade et divers organismes locaux publics et privés répartis dans toute l'Australie. TradeStart fait partie intégrante du réseau national d'Austrade. Ce programme offre une série de services gratuits destinés à aider les petites et moyennes entreprises australiennes à développer leurs affaires à l'étranger et à réaliser leurs premières ventes à l'exportation.

#### 6.1.7 *Le Ministère de l'éducation, de la science et de la formation*

204. Le DITR coopère étroitement avec le Ministère fédéral de l'éducation, de la science et de la formation pour établir les compétences de base dans les domaines du tourisme et de l'accueil qui peuvent fournir les produits et services de grande qualité demandés sur un marché de plus en plus concurrentiel.

205. Les interventions principales concernent la mise à disposition et l'accessibilité de formations touristiques, en particulier dans les zones rurales et reculées et le rapprochement entre les qualifications professionnelles et les besoins des particuliers et des entreprises.

206. Parmi les initiatives récemment lancées dans le domaine de l'éducation pour aider le tourisme, citons l'amélioration de l'attractivité des formations touristiques australiennes pour les étudiants étrangers et, plus généralement, la promotion accrue à l'étranger des possibilités d'éducation et de formation en Australie. Les étudiants étrangers ayant tendance à beaucoup voyager lors de leur séjour en Australie et à recevoir de nombreux visiteurs (amis et parents) de l'étranger, ces initiatives profiteront largement à l'industrie touristique.

Le Ministère de l'emploi et des relations professionnelles

207. Le Ministère de l'emploi et des relations professionnelles joue un rôle majeur en facilitant la conclusion de conventions salariales pour les entreprises touristiques qui permettent aux professionnels d'embaucher des employés étrangers pour remplir des postes vacants exigeant des compétences particulières – notamment linguistiques- comme ceux de guides accompagnateurs.

208. Ce Ministère propose aussi des programmes d'assistance salariale qui accordent des subventions aux employeurs australiens procurant des emplois permanents aux demandeurs d'emploi aborigènes éligibles.

## 6.2 *La participation d'autres ministères à la politique touristique*

209. Les autres agences dont les missions influent sur le tourisme sont les suivantes :

- Le service de l'Avocat principal de la Couronne est chargé des douanes et du traitement des passagers par l'intermédiaire de l'Office australien des douanes et des questions de sécurité.
- Le Service du premier ministre et du gouvernement dirige et coordonne les politiques.
- Le Ministère de l'agriculture, de la pêche et des forêts est chargé des opérations de quarantaine et des séjours de nature ou à la ferme.
- Le Ministère de l'éducation, de la science et de la formation est responsable des compétences et de la formation touristiques, des études et de la recherche ainsi que des nouveaux apprentissages dans le secteur.
- Le Ministère de la famille et des services collectifs est chargé de la participation de la société et de l'économie au tourisme et de l'engagement de la collectivité dans le secteur.
- Le Trésor fixe la politique en matière de taxes, de finances et d'infrastructures.
- Le Ministère de la santé et des personnes âgées coordonne la santé publique et influe sur les voyages en gérant des événements tels que l'épidémie actuelle de SRAS.
- Le Ministère des finances et de l'administration est chargé de financer le tourisme et les actifs du gouvernement.
- Environment Australia met en place des politiques et des programmes relatifs au patrimoine naturel et culturel de l'Australie (voir la section 8 pour de plus amples détails sur la contribution d'Environment Australia au tourisme durable).

## 6.3 *Questions essentielles pour l'avenir*

210. La croissance future de l'industrie touristique dépendra en grande partie de l'accent que le secteur mettra non plus sur la quantité mais sur la qualité et de la commercialisation de l'Australie en tant qu'expérience unique et non pas simple destination touristique, sur la base des principes de durabilité et de diversification des produits.

211. Pour pouvoir relever ces défis, la stratégie adoptée par le gouvernement fédéral est de réaliser des changements structurels grâce à une approche étendue à l'ensemble du gouvernement. Le présent chapitre

souligne la complexité d'une démarche coordonnée portant sur divers problèmes de politique touristique qui sont souvent pour une large part de la responsabilité d'autres ministères.

212. Le défi consistera à conserver des approches fondées sur l'ensemble du gouvernement qui garantissent que les intérêts et les perspectives d'avenir du tourisme pèsent sur les différents aspects de l'élaboration et de l'application des principales politiques. Il s'agira par exemple de faire en sorte que les perspectives du tourisme soient prises en compte dans la politique appliquée par le ministère de l'immigration en matière de visas et de traitement des passagers et dans la politique suivie par le ministère des transports dans le domaine de l'aviation.

213. Un défi annexe concerne la collaboration avec d'autres ministères pour qu'ils reconnaissent et comprennent mieux la valeur du tourisme pour l'économie en général et l'importante contribution de ce secteur à la politique de leur propre ministère.

## **7. Questions internationales**

214. Le gouvernement fédéral suit les problèmes concernant les relations touristiques bilatérales et multilatérales. Le DITR collabore étroitement sur un ensemble de problèmes touristiques internationaux avec les États membres et les organisations de la Coopération économique Asie-Pacifique (CEAP), l'Accord général sur le commerce des services (AGCS), l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et l'Association des voyages en Asie et dans le Pacifique (PATA). Le DITR travaille aussi de façon rapprochée avec d'autres agences ministérielles chargées du tourisme à destination de l'Australie, tels que le Ministère de l'immigration et des affaires multiculturelles et ethniques, le Ministère des affaires étrangères et du commerce, l'ATC, la Commission du commerce australien (Austrade) et les agences ministérielles des États et des Territoires ainsi qu'avec les syndicats professionnels du tourisme et les entreprises capables d'exporter une expertise, des services et des produits touristiques.

### **7.1 Missions et objectifs politiques dans le secteur international**

215. La position adoptée par le gouvernement fédéral dans les forums bilatéraux et multilatéraux relatifs au tourisme vise à lever les obstacles au développement du tourisme international et à rechercher des opportunités d'exportation et de collaboration commerciale pour l'industrie touristique australienne.

### **7.2 Relations bilatérales**

216. Le gouvernement fédéral a réalisé les progrès suivants :

- La formulation et, en collaboration avec les agences partenaires, l'application d'un programme d'action visant à soutenir la croissance durable du tourisme venant de Chine dans le cadre de l'Accord de visa sur les voyages en groupe passé avec le gouvernement chinois.
- La rédaction d'un rapport et la mise en place d'un programme d'action destiné à influencer sur les facteurs régissant la part de marché et la croissance durable du tourisme japonais en Australie. Le rapport, intitulé « Dynamiser le tourisme japonais en Australie », identifie des stratégies pour dépasser les obstacles à ce marché particulier. Un programme d'action similaire est en cours d'élaboration pour le marché coréen.
- Un Accord de collaboration touristique (MOU) a été signé entre l'Australie et l'Inde, afin de mettre l'accent sur l'amplification des relations touristiques entre les deux pays, pour accroître les flux touristiques dans les deux sens, développer la collaboration commerciale et améliorer la connaissance mutuelle de l'histoire, de la culture et du mode de vie de l'autre pays.
- Un MOU sur la coopération touristique entre l'Australie et l'Indonésie vise à renforcer la coopération touristique dans un certain nombre de domaines, dont la promotion du tourisme, les investissements et le développement des ressources humaines dans le secteur.
- Les opportunités de renforcement des relations touristiques bilatérales par la conclusion d'Accords de libre-échange avec des pays tels que la Thaïlande, Singapour et les États-Unis. Les domaines particuliers où la coopération peut être améliorée entre l'Australie et ces pays dans le cadre d'un Accord de libre-échange incluent la suppression des obstacles aux échanges de services touristiques, la plus grande prise de conscience de la destination touristique représentée par l'autre pays et la promotion des flux touristiques dans les deux sens.

### 7.3 *Relations multilatérales au travers d'organisations internationales*

217. La participation de l'Australie à des forums et des organisations internationales telles que la CEAP, l'OCDE, l'AGCS et l'OMT fait partie des efforts consentis pour promouvoir le développement durable du tourisme international. L'Australie participe à des initiatives de coopération multilatérale qui cherchent à mettre au point et appliquer des politiques touristiques positives, lever les obstacles aux échanges de services touristiques, améliorer la compétitivité, promouvoir le renforcement des capacités et accroître la reconnaissance et la prise de conscience du tourisme en tant que vecteur du développement économique et social national.

#### *L'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE)*

218. Depuis longtemps, le DITR participe activement aux travaux du Comité du Tourisme de l'OCDE (il l'a même présidé). Le Comité du Tourisme reste une des priorités de la collaboration du DITR avec l'OCDE et joue un rôle important pour

- La libéralisation des échanges.
- La levée des obstacles au développement de l'industrie touristique.
- La production de statistiques et d'autres informations qui permettent de mieux développer et planifier le tourisme.

#### *Coopération économique Asie-Pacifique (CEAP)*

219. L'Australie a aussi occupé une place prépondérante dans le Groupe de travail de la CEAP consacré au tourisme. Elle a contribué à élaborer et à appliquer la Charte du tourisme de la CEAP, qui pose les bases du développement durable du tourisme dans la région Asie-Pacifique. Ce forum permet à l'Australie de présenter et de défendre ses positions propres sur les questions liées au développement du tourisme international.

220. Un des grands résultats obtenus par l'Australie a été la création en juillet 2002 du Centre international pour le tourisme durable de la CEAP (AICST).

221. Basé à l'Université de Griffith, dans le Queensland, l'AICST est un consortium multilatéral d'études sur le tourisme qui attire et regroupe activement les organisations désireuses de collaborer à des projets de recherche appliquée à caractère opérationnel afin de créer des liens et une capacité de recherche et de formation dans toute cette région du monde. Le centre favorise en particulier les opportunités de développement du tourisme présentant un intérêt mutuel pour les participants. L'AICST centre ses efforts sur les recherches stratégiques - au lieu de reproduire des études et des évaluations tactiques ou statistiques - actuellement entreprises par des pays pris isolément.

222. Cette initiative vise à mettre en place un réseau de recherche en coopération sur le tourisme afin de trouver des financements nouveaux et supplémentaires pour des grands projets d'étude menés dans la région Asie-Pacifique et de faciliter la collaboration entre les économies de la CEAP sur les résultats des recherches. Le rôle de l'AICST est de soutenir le développement et la durabilité du tourisme en impliquant l'industrie touristique (les professionnels de tous horizons), les chercheurs (les universités et les organismes de recherche) et les gouvernements (commissions et agences du tourisme).

### *L'Accord général sur le commerce des services (AGCS)*

223. L'Australie estime qu'il est particulièrement important d'accomplir des démarches positives garantissant la poursuite de la libéralisation du marché international du tourisme, afin d'assurer aux pays membres de l'Organisation Mondiale du Commerce un plus grand accès à la fourniture et à l'exportation de services touristiques. En outre, le processus de l'AGCS offre une occasion de souligner et de promouvoir les liens nombreux et variés qui unissent le tourisme et d'autres secteurs des services dans la mise en place des infrastructures touristiques, tels que les télécommunications et la formation et les services industriels, y compris le bâtiment et la production manufacturière pour la construction et l'aménagement des hôtels.

224. L'Australie continuera à prendre une part active aux négociations entamées dans le cadre de l'AGCS pour libéraliser le secteur des services, tourisme compris.

### *L'Organisation mondiale du tourisme (OMT)*

225. Si l'Australie n'est pas actuellement membre de l'Organisation mondiale du tourisme<sup>1</sup>, elle participe à toute une série d'activités de l'OMT, contribuant à diverses publications, fournissant des statistiques, participant à différents forums et réunions entre de hauts responsables de l'OMT et des représentants du gouvernement australien. Tous les forums de l'OMT offrent de nouvelles occasions d'échanger des opinions sur l'évolution et les tendances de la politique en matière de tourisme international et de saisir les opportunités de collaboration commerciale pour l'industrie australienne.

#### **7.4. La politique internationale de l'Australie en matière d'aviation**

226. L'Australie a adopté une politique très libérale et ouverte à la concurrence en matière de liaisons aériennes depuis une dizaine d'années. Elle est disposée à négocier des accords de « ciel ouvert » lorsqu'ils sont dans l'intérêt du pays, et, si cela est impossible, elle recherche l'accord le plus libéral possible.

227. Les accords de « ciel ouvert » conclus par l'Australie lèveront au minimum les obstacles concernant : la capacité et la fréquence des vols de voyageurs à destination et de fret au départ de l'Australie et entre ce pays et son partenaire bilatéral, le partage des codes sur les lignes de l'autre pays, les routes empruntées, y compris les points d'accès dans les deux pays et l'accès aux marchés tiers, la désignation multiple des compagnies aériennes et les tarifs. Les marchés prioritaires sur lesquels l'Australie a déjà entamé ou cherche à engager des discussions sur un accord de « ciel ouvert » sont le Royaume-Uni, les Etats-Unis et l'Union européenne.

228. L'Australie essaie aussi de négocier un mode plus libéral de désignation des compagnies aériennes internationales qui ne repose pas sur des restrictions de propriété, mais sur la désignation du lieu d'enregistrement ou d'activité principale. L'application universelle des critères de propriété et de contrôle représente un coût pour beaucoup de pays en limitant l'accès de leurs compagnies aux investissements étrangers et à des capitaux indispensables.

229. Pour les compagnies intérieures, le gouvernement a modifié ses directives en matière d'investissement sectoriel pour autoriser les étrangers (y compris les compagnies aériennes étrangères) à acquérir jusqu'à 100 % des fonds propres d'une compagnie intérieure australienne, sauf si cela lèse l'intérêt national. Ces nouvelles directives ont permis à une nouvelle compagnie intérieure appelée « Virgin Blue » de s'établir en Australie.

---

1. Le projet de stratégie à moyen et long terme du gouvernement fédéral pour le tourisme propose que l'Australie adhère à l'OMT.

## 7.5 *Questions essentielles pour l'avenir*

230. Comme nous l'avons déjà indiqué, la capacité de l'Australie à accroître sa part du marché des voyages touristiques internationaux dépendra en grande partie de l'obtention de meilleures informations sur les marchés internationaux et de la diffusion et de l'emploi de ces informations pour une commercialisation et une mise au point efficaces des produits.

231. Parallèlement, il faudra poursuivre la collaboration au travers d'un engagement bilatéral – grâce à des contacts avec le gouvernement et le secteur privé – pour surmonter tous les obstacles à l'accès et au développement du marché qui peuvent limiter la croissance des voyages internationaux. Le maintien de la dynamique au sein des forums multilatéraux pour mettre au point et appliquer des approches politiques productives sera aussi une des priorités dans les années à venir.

232. En plus de rendre les visiteurs étrangers potentiels conscients de la qualité et de la diversité des produits et des expériences touristiques offertes par l'Australie, il faudra au même titre consolider la réputation du pays en tant que destination sûre pour les voyageurs internationaux ; en outre, des stratégies d'intervention appropriées devront être mises en place pour assurer la sécurité des visiteurs pendant leur séjour.

233. Au cours des dix années à venir, l'Australie devra relever un défi important : il lui faudra garantir aux compagnies aériennes une capacité internationale et des droits d'exploitation suffisants pour répondre avec souplesse à l'augmentation de la demande et assurer avec flexibilité des liaisons aériennes suffisantes pour la croissance des grands marchés et des marchés émergents. Le maintien de liaisons intérieures abordables et de qualité pour faciliter l'acheminement des voyageurs étrangers vers les régions sera aussi essentiel.

234. L'Australie devra également dans un proche avenir identifier et bâtir des opportunités d'exportation pour son expertise et sa propriété intellectuelle dans le domaine des services touristiques. Une des clés de ce défi sera de faire prendre conscience des opportunités aux prestataires de services australiens, étant donné que de nombreux pays, en particulier dans la région Asie-Pacifique, reconnaissent les avantages économiques potentiels découlant de la croissance du tourisme et cherchent à développer ce secteur de leur économie.

## 8. Développement durable du tourisme

235. L'environnement naturel et culturel unique et spectaculaire de l'Australie demeure son attrait principal pour les touristes étrangers et un atout pour les Australiens visitant leur pays. La protection et la sauvegarde de l'environnement sont considérées comme essentielles, non seulement pour les Australiens et la communauté mondiale, mais aussi pour le secteur touristique lui-même qui en dépend pour sa survie et sa croissance durable à long terme.

### 8.1 Durabilité de l'environnement

236. Etant donné la dépendance du tourisme australien à l'égard de l'environnement naturel et culturel, son utilisation durable, par ce secteur et par les autres, est essentielle. Dans ce contexte, les responsables du secteur touristique et des zones protégées sont les partenaires naturels de la protection de l'environnement, pour son usage par la communauté nationale et la création de ressources qui favoriseront les pratiques de la gestion durable.

237. Le gouvernement fédéral joue un rôle actif dans le soutien aux pratiques durables du secteur touristique. La mise au point actuelle de la *Stratégie nationale de promotion des opportunités durables du tourisme centré sur le patrimoine*, qui est supervisée par le Conseil ministériel mixte fédération-Etats et Territoires pour la protection de l'environnement et le patrimoine, contribuera à promouvoir le tourisme durable. Cette stratégie portera sur la gestion efficace des actifs du patrimoine naturel et culturel et étudiera le soutien à apporter au tourisme régional et ethnique. Un projet de stratégie et de programme d'action a été publié en mai 2003 et fera l'objet de consultations et discussions ultérieures.

238. Le gouvernement fédéral a signé diverses conventions internationales relatives aux aspects environnementaux et commerciaux de la protection et de la sauvegarde des ressources touristiques. La *Loi sur la protection de l'environnement et la sauvegarde de la biodiversité* est le moyen par lequel le gouvernement fédéral remplit ses obligations au titre de la *Convention sur la diversité biologique*. Parmi les autres conventions internationales qui influent sur les ressources touristiques, citons la *Convention relative aux zones humides d'importance internationale particulièrement comme habitats de la sauvagine*, la *Convention sur le commerce international des espèces sauvages de faune et de flore menacées d'extinction*, la *Convention sur la lutte contre la désertification* et la *Déclaration de Rio*.

239. En 2001, le DITR, le Centre de recherche en collaboration pour le tourisme durable et la Commission australienne du patrimoine ont publié un *Guide à l'usage des professionnels du tourisme : directeurs du patrimoine et communautés*, qui prodigue des conseils pour un usage responsable du patrimoine comme sites touristiques. Ce document comprend des éléments essentiels de la recherche, des stratégies, des directives et des codes de pratique du tourisme international et national.

240. Le gouvernement fédéral pilote aussi la mise au point d'une politique côtière nationale, qui est issue d'un partenariat avec tous les échelons de gouvernement et repose sur une large consultation des acteurs du secteur. Cette politique doit viser en particulier à améliorer la qualité des eaux côtières et estuariennes, sauvegarder et restaurer des habitats et la biodiversité sur des sites côtiers et estuariens importants et protéger la base économique des zones côtières, notamment en matière de tourisme et de pêche.

241. L'insuffisance des infrastructures touristiques dans les lieux très fréquentés ou considérés comme symboliques par les touristes apparaît comme un des problèmes-clés de la durabilité économique du tourisme, non seulement dans ces zones particulières, mais d'une manière plus générale. Le manque d'infrastructures de nature à satisfaire les besoins des communautés locales et du tourisme peut diminuer la

valeur de l'expérience touristique et saper la base même de la viabilité à long terme des entreprises touristiques.

242. Pour de nombreuses destinations touristiques, l'environnement naturel constitue une attraction importante et les communautés vivant dans des zones très visitées cherchent de plus en plus à fixer des objectifs réalistes en matière de tourisme durable, pour que les bénéfices tirés du tourisme puissent augmenter sans nuire à l'environnement naturel.

243. Dans les dix ans à venir, il sera important de gérer le tourisme et les autres impacts sur l'environnement naturel et culturel de l'Australie afin d'éviter que la valeur esthétique de l'expérience vécue par les touristes ne diminue. Il faudra aussi mettre au point des occasions suffisantes de création d'expériences nouvelles pour préserver le potentiel de croissance à long terme du secteur et pouvoir faire visiter aux touristes des zones nouvelles et inexploitées.

244. Ces objectifs pourront être atteints grâce à la coopération entre les divers échelons du gouvernement australien et le secteur touristique pour identifier des opportunités, trouver des moyens de mettre en place plus facilement les infrastructures touristiques appropriées et promouvoir des pratiques durables.

#### 8.1.1 *Bonnes pratiques environnementales*

245. Les préoccupations environnementales croissantes des consommateurs ont encouragé de nombreuses entreprises touristiques à améliorer leurs performances dans ce domaine, tant pour l'interaction des touristes avec l'environnement que pour leurs propres performances environnementales.

246. De nombreuses entreprises touristiques ont répondu à ces exigences en adoptant des stratégies en matière de « bonnes pratiques environnementalistes » visant à réduire au maximum leur impact sur l'environnement. Ces efforts sont évidents non seulement dans la conception d'hébergements touristiques à faible impact dans les zones sensibles du point de vue de l'environnement, mais aussi dans les différentes branches du tourisme. Le secteur hôtelier par exemple a adopté des stratégies de réduction des gaz à effet de serre qui ont amélioré l'environnement tout en entraînant des économies d'énergie et l'amélioration de la rentabilité du secteur.

247. Les programmes d'accréditation et de certification sont un des principaux moyens qui ont permis au secteur touristique de commencer à améliorer ses performances environnementales. L'Association australienne d'accréditation touristique a réservé une place importante aux performances touristiques sur son échelle nationale d'accréditation. D'autres secteurs, y compris l'écotourisme, qui se spécialise dans les segments de marché du tourisme de nature et du tourisme environnemental, ont mis au point des programmes complémentaires adaptés à leur secteur individuel.

248. Pour l'écotourisme, l'Association australienne de l'écotourisme a élaboré, avec l'aide du gouvernement fédéral, un programme national d'accréditation. Une organisation internationale, *Green Globe*, a conclu une alliance avec l'Association australienne de l'écotourisme et collabore avec le Centre de recherche en coopération sur le tourisme durable pour établir une *Norme internationale de l'écotourisme*.

#### 8.1.2 *Zones protégées*

249. L'Australie a mis de côté des zones terrestres et marines étendues pour garantir la protection de la biodiversité et de la culture et du patrimoine. A l'heure actuelle, 14 sites ont été inscrits sur la liste du Patrimoine mondial en reconnaissance de leur importance. D'autres zones pourraient être ajoutées à la liste dans les prochaines années.

250. La *Convention sur le Patrimoine mondial* oblige le gouvernement fédéral à préserver et présenter les sites appartenant au Patrimoine mondial d'une manière qui respecte l'environnement de la zone.

251. La viabilité des sites relevant du Patrimoine mondial et des autres zones protégées dépend du soutien de la communauté locale. Le tourisme peut être une occasion de création de richesses dans la zone jouxtant le site avec un impact minimal sur l'environnement. Toutefois, les projets et réglementations des parcs freinent souvent involontairement le tourisme durable en raison de processus bureaucratiques ou de limites imprévues à la rentabilité des entreprises touristiques. L'Australie a étudié les moyens d'associer préservation de l'environnement et création de richesses et établit un rapport intitulé *La poursuite d'objectifs communs - opportunités pour le tourisme et la protection de l'environnement*.

252. Au titre de la Convention des Nations Unies sur le droit de la mer, l'Australie possède des droits et des responsabilités sur plus de 16 millions de kilomètres carrés d'océan, soit une zone deux fois plus étendue que le continent australien. Cette zone relève en majorité de la juridiction du gouvernement fédéral. La politique de l'Australie relative à l'océan vise à établir un cadre intégré de planification et de gestion pour les vastes zones océaniques entourant le pays.

## **8.2 Durabilité sociale**

253. S'il est bien géré et correctement intégré dans la planification et le développement local, le tourisme peut aider à préserver et à montrer le patrimoine naturel et culturel et créer des emplois et des revenus pour les communautés, en particulier pour les jeunes. A long terme, si l'on veut que le tourisme maximise sa contribution à la société et à la culture australiennes, le secteur devra se développer de façon à satisfaire les besoins et les aspirations des communautés locales.

254. Le tourisme contribue largement aux économies locales et ceci apparaît particulièrement dans de nombreuses régions d'Australie où les industries traditionnelles subissent un processus d'ajustement structurel. Les attractions touristiques deviennent partie intégrante de la base économique de la région et attirent souvent des entreprises complémentaires qui conduisent à la formation de grappes d'entreprises touristiques ayant des effets multiplicateurs sur l'économie régionale.

### **8.2.1 Prise de conscience par les communautés**

255. Le soutien des gouvernements locaux, des groupes communautaires et des associations de tourisme régional à la prise de conscience du tourisme est reflétée par les demandes de campagnes éducatives pour les communautés. Un des exemples en cours en est la campagne menée par le bureau du tourisme du Queensland pour encourager les habitants de cet Etat à coopérer en accueillant des visiteurs. Cette action est considérée comme particulièrement importante pour le tourisme à destination de l'Australie où l'acceptation et la tolérance vis-à-vis des autres cultures est essentielle à la satisfaction des touristes et à leur retour ultérieur.

256. Il existe en Australie un besoin de protéger les communautés et la culture sur lesquelles est basé le tourisme ethnique et de préserver l'environnement naturel et la biodiversité des zones où le tourisme ethnique est actif. Le programme d'accréditation ethnique d'Aboriginal Tourism Australia, intitulé *Respecter notre culture*, vise à maintenir l'équilibre entre l'intégrité culturelle et la réactivité aux demandes et aux attentes du marché.

## **8.3 Durabilité économique**

257. Comme la durabilité environnementale et sociale, la durabilité économique du secteur touristique est essentielle à sa longévité. Une solide croissance économique mondiale et de bonnes perspectives

macroéconomiques nationales sont les meilleurs garants de la croissance du tourisme à moyen et long terme. Toutefois, d'après les indications les plus récentes de l'Organisation mondiale du tourisme, la situation n'est pas favorable aux voyages internationaux, en raison des incertitudes que continue de faire planer le SRAS et de la peur de nouveaux actes de terrorisme.

258. L'opportunité de ne plus mettre l'accent sur le volume du tourisme mais sur sa valeur a donné lieu à un débat très animé en Australie. Dans ce sens, on reconnaît en général que le rendement, incluant les revenus et les coûts, constituerait un meilleur indicateur des performances du tourisme.

#### **8.4 *Questions essentielles pour l'avenir***

259. Dans les dix ans à venir, il sera important de gérer le tourisme et les autres impacts sur l'environnement naturel et culturel de l'Australie afin d'éviter que la valeur esthétique de l'expérience vécue par les visiteurs ne diminue. Il faudra aussi mettre au point des occasions suffisantes de création d'expériences nouvelles, y compris dans le domaine du tourisme ethnique, pour préserver le potentiel de croissance à long terme du secteur et pouvoir faire visiter aux touristes des zones nouvelles et inexploitées.

260. Ces objectifs seront atteints grâce à la coopération entre les gouvernements, l'industrie touristique et les communautés ethniques pour identifier des opportunités, trouver les moyens de mettre en place plus facilement les infrastructures touristiques appropriées et promouvoir des pratiques durables

## 9. Mesure et analyse du poids économique du tourisme

### 9.1 Dispositions structurelles existantes

261. Etant donné que la plupart des travaux de recherche et de collecte de données dépassent les moyens de nombreux professionnels et associations touristiques et que les bénéficiaires de ces informations sont dispersés, le gouvernement fédéral reconnaît qu'il joue un rôle important en assurant la fourniture de données appropriées pour le développement futur du secteur. Une base de recherche et de statistiques solide étant indispensable au maintien de la compétitivité internationale du tourisme, les gouvernements de la fédération, des Etats et des Territoires sont actuellement les premières sources de financement des principales statistiques et recherches en matière de tourisme.

262. A l'inverse d'autres industries, le tourisme, qui est fonction de la demande, n'est pas considéré comme une « industrie » par la Classification industrielle normalisée de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande. En conséquence, les informations fournies aux autres secteurs industriels par les Comptes de la Nation ne sont disponibles pour le secteur touristique que depuis peu. Le compte annexe du tourisme australien, qui est lié aux Comptes de la Nation, a été publié en décembre 2000. Il a joué un rôle important en fournissant des données fiables sur la contribution du tourisme à l'économie du pays.

263. En Australie, les données relatives au tourisme sont disponibles auprès du gouvernement fédéral, des gouvernements des Etats et des Territoires et des gouvernements locaux sous la forme d'un certain nombre de séries collectées. Les sous-sections suivantes présentent les principales sources d'information.

#### 9.1.1 Bureau des études sur le tourisme

264. Le Bureau des études sur le tourisme (BTR) est un organisme de recherche, financé par les gouvernements de la fédération, des Etats et des Territoires et par la vente de services d'études, de données statistiques et de publications.

265. Le BTR a pour mission principale de collecter, analyser et diffuser des informations statistiques et générales sur le tourisme australien auprès du public, des gouvernements et des professionnels du secteur. Ces informations sont indispensables pour que l'industrie du tourisme puisse prendre les bonnes décisions en ce qui concerne les investissements en matière d'infrastructures, de services et de commercialisation.

266. Le BTR :

- Gère et administre deux grandes enquêtes continues sur les voyages effectués par les visiteurs nationaux et internationaux, dont il publie les résultats une fois par trimestre et par an.
- Réalise et publie des études analytiques sur l'impact économique du tourisme, les schémas de dépenses des touristes et certains aspects des marchés touristiques tels que le tourisme régional et le tourisme de niche.
- Exécute des commandes portant sur des enquêtes statistiques.
- Entrepren des missions de conseil touristique personnalisé pour une large gamme de clients publics et privés.

267. Le BTR gère et diffuse les résultats de deux grandes enquêtes, l'Enquête sur les visiteurs nationaux et l'Enquête sur les visiteurs internationaux :

## L'Enquête sur les visiteurs nationaux

268. *L'Enquête sur les visiteurs nationaux* vise à dresser un portrait type du voyageur national, en Australie comme à l'étranger. Les données collectées portent sur les destinations des voyageurs, les raisons de leur voyage, les moyens de transport et d'hébergement utilisés, leurs activités pendant le voyage et le montant de leurs dépenses. Les informations recueillies couvrent plus de 80 zones touristiques en Australie. Les données sont publiées trimestriellement et des séries chronologiques sont disponibles.

## L'Enquête sur les visiteurs internationaux

269. *L'Enquête sur les visiteurs internationaux* donne des renseignements sur le comportement des visiteurs internationaux, y compris le nombre de visiteurs et de nuitées par Etat, les dépenses et les types d'hébergement et de transport choisis. Les données sont fournies pour chacun des grands segments du marché touristique australien, y compris les randonneurs, et par motif principal du voyage en Australie. Les informations sont publiées trimestriellement et des séries chronologiques sont disponibles.

### 9.1.2 *Le Conseil australien des prévisions sur le tourisme*

270. Le Conseil australien des prévisions sur le tourisme (TFC) fournit aux investisseurs potentiels du tourisme, aux professionnels du secteur, aux gouvernements et au public des prévisions basées sur un consensus, qui portent sur les activités dans l'ensemble du tourisme national, international et partant d'Australie. Les prévisions initiales sont produites par une unité de prévision appartenant au BTR à l'aide de techniques de modélisation économétriques. Ces résultats sont ensuite examinés et éventuellement ajustés par un comité technique responsable devant le Conseil. Celui-ci comprend des responsables du secteur, des gouvernements, des organismes de commercialisation et d'études du tourisme, qui examinent les prévisions provisoires et approuvent leur publication finale. En général, les prévisions sont publiées deux fois par an ; elles couvrent les dix années à venir et peuvent être mises à jour plus fréquemment si des circonstances nouvelles l'exigent.

### 9.1.3 *Le Compte annexe du tourisme australien*

271. Le compte annexe du tourisme australien, établi par le Bureau australien des statistiques, procure des informations à l'échelon national sur la contribution directe du tourisme à l'économie nationale. Il fournit une mesure objective et officielle de la contribution du tourisme à l'économie australienne. Ces renseignements sont complétés par le BTR qui publie des estimations annuelles de la contribution indirecte du tourisme à l'économie.

### 9.1.4 *Informations sur les arrivées et les départs des étrangers*

272. Des informations sur l'ensemble des arrivées et départs pour des séjours de courte durée sont contenues dans les séries du Bureau australien des statistiques relatives aux arrivées et aux départs des étrangers. Les données de ces séries sont collectées aux points d'arrivée et de départ par le Service australien des douanes, pour le compte du Ministère de l'immigration et des affaires multiculturelles et ethniques, et publiées une fois par mois par le Bureau australien des statistiques.

### 9.1.5 *L'Enquête sur les hébergements touristiques*

273. L'Enquête sur les hébergements touristiques réalisée par le Bureau australien des statistiques constitue une source d'information importante pour le secteur touristique. Les renseignements sur les taux d'occupation sont utiles aux professionnels de l'hébergement et aux acteurs associés du tourisme, en particulier dans les zones rurales et les régions australiennes. Ils servent aussi à l'évaluation comparative des performances entre les régions et à l'amélioration des décisions d'investissement.

### 9.1.6 *Le Centre d'études en coopération pour le tourisme durable*

274. Le plus gros organisme public d'études sur le tourisme est le Centre d'études en coopération pour le tourisme durable (CRCST), qui a récemment bénéficié d'une deuxième tranche de financements du gouvernement fédéral de plus de 26.7 millions de dollars australiens sur 7 ans. Le gouvernement fédéral a aussi fourni il y a peu au CRCST 2 millions de dollars australiens supplémentaires pour mieux asseoir sa réputation en tant que l'un des principaux organismes mondiaux d'études, d'enseignement et de formation afin d'attirer davantage d'étudiants vers les instituts d'enseignement touristique australiens.

275. L'action du CRCST est centrée sur le développement d'un secteur touristique dynamique, concurrentiel sur le plan international et durable, grâce à l'offre de connaissances novatrices et stratégiques aux entreprises, aux communautés et aux gouvernements pour améliorer la durabilité environnementale, économique et sociale du tourisme. Une des principales préoccupations du CRCST est de faire en sorte que la commercialisation de ses études profite au secteur du tourisme.

276. Un des grands défis que le Centre doit relever est d'élargir les horizons de la recherche sur le tourisme. Il faut pour cela explorer le potentiel touristique en accentuant les priorités sur la durabilité, la qualité et la collaboration par la recherche. Les projets d'études menés par le CRCST ont donc tendance à reposer sur la coopération et l'interdisciplinarité.

277. Le CRCST a récemment créé un partenariat conjoint avec Green Globe Asia Pacific pour fournir des opportunités dans le domaine du tourisme durable et élargir les champs d'étude dans la région Asie-Pacifique. Cette alliance apporte un formidable coup de fouet au secteur touristique australien en soutenant la mise au point d'une norme mondiale pour les pratiques écologiquement durables et en établissant des normes globales pour la gestion environnementale dans la région Asie-Pacifique.

### 9.1.7 *Autres recherches sur le tourisme*

278. L'ATC et les Commissions du tourisme des Etats et des Territoires réalisent principalement des études de marché. Certains résultats obtenus par ces agences sont disponibles plus largement, moyennant en général une contribution qui couvre une partie des frais.

279. La plupart des recherches réalisées par les entreprises touristiques sont liées à des études de marché et ne sortent généralement pas des organisations individuelles en raison de leur valeur commerciale.

## 9.2 *Questions essentielles pour l'avenir*

280. Des lacunes existent actuellement dans la collecte des données, notamment sur la demande et l'offre régionales et les prévisions dans ce domaine et sur les bénéfices du tourisme au niveau de la fédération, des Etats, des Territoires et des régions. Le regroupement des missions d'étude sur le tourisme en un seul organisme proposé par le gouvernement fédéral dans le cadre de sa stratégie à moyen et long terme pourrait être déterminant pour la collecte et l'analyse des informations relatives à la modification des préférences des consommateurs et pour leur impact sur la demande et l'offre de produits et de services touristiques.

281. En outre, les professionnels du tourisme ne connaissent pas bien les sources d'information et d'études actuellement disponibles. Ce phénomène peut s'expliquer par des faiblesses dans la diffusion des programmes des agences d'étude et par le manque de sensibilisation du secteur aux informations et études disponibles et aux moyens de les utiliser.

282. Bien que les agences d'étude cherchent à rendre leurs produits conviviaux, leurs efforts ont eu tendance à être dirigés vers les segments à forte valeur commerciale. Leurs données sont dans l'ensemble génériques et de haut niveau et leur utilité pour les petites et moyennes entreprises reste limitée.

283. Une meilleure diffusion des informations touristiques auprès du secteur contribuerait à une plus grande connaissance des données et sources de données disponibles. L'accent doit aussi être mis sur les compétences nécessaires à l'utilisation des informations et des études disponibles et sur la convivialité de l'accès aux données.

## **Annexe : sources et documentation**

Australian Bureau of Statistics (Bureau australien des statistiques - ABS), 2003. *Australian National Accounts 2001-02: Tourism Satellite Account*, Catalogue Number: 5249.0 (*Comptes nationaux australiens 2001-2002 : Compte annexe du tourisme*, numéro de catalogue :5249.0), ABS, Canberra.

Australian Bureau of Statistics (Bureau australien des statistiques-ABS), 2002. *Domestic Tourism (tourisme intérieur)*, Catalogue Number (numéro de catalogue) : 1301.0-2002, ABS, Canberra.

Australian Bureau of Statistics (Bureau australien des statistiques - ABS), 2003. *Overseas Arrivals and Departures April 2003 (Arrivées et départs des étrangers avril 2003)* , Catalogue Number (numéro de catalogue): 3401.0, ABS, Canberra.

Australian Bureau of Statistics (Bureau australien des statistiques - ABS), 2003. *Year Book Australia, Tourism: International Outbound Tourism (Annuaire du tourisme australien : tourisme international au départ d'Australie)*, Catalogue Number (numéro de catalogue) : 1301.0-2003, Commonwealth of Australia (Commonwealth d'Australie).

Bureau of Tourism Research (Bureau des études sur le tourisme - BTR), 2003. *International Visitors in Australia (visiteurs internationaux en Australie). Quarterly Results of the International Visitor Survey, December 2002 (résultats trimestriels de l'enquête sur les visiteurs internationaux, décembre 2002)*, BTR, Canberra.

Bureau of Tourism Research (Bureau des études sur le tourisme -BTR), 2002. *Show Me the Money, A Market Segment Approach to Spending by International Travellers (Montrez-moi l'argent, une approche des dépenses des voyageurs internationaux par un segment du marché)*, 1999, BTR, Canberra.

Bureau of Tourism Research (Bureau des études sur le tourisme -BTR), 2003. *Tourism Businesses in Australia (les entreprises touristiques en Australie) 1998*, Occasional Paper (numéro hors –série 34) No 34, BTR, Canberra.

Bureau of Tourism Research (Bureau des études sur le tourisme -BTR), 2003. *Travel by Australians. Quarterly Results of the National Visitor Survey (les voyages effectués par les Australiens- résultats trimestriels de l'enquête sur les visiteurs nationaux, décembre 2002)*, December 2002, BTR, Canberra.

Bureau of Tourism Research (Bureau des études sur le tourisme - BTR), 2000. *Tourism Expenditure by Domestic Visitors in Australia's Regions 1999 (Dépenses touristiques des visiteurs nationaux dans les régions australiennes)*, BTR, Canberra.

Bureau of Tourism Research (Bureau des études sur le tourisme- BTR) 2003, *Tourism Expenditure by International Visitors in Australia's Regions (Dépenses touristiques des visiteurs internationaux dans les régions australiennes) 1998*. BTR, Canberra.

Department of Industry, Tourism and Resources (Ministère de l'industrie, du tourisme et des ressources) 2003. *Forecast: Report of the Tourism Forecasting Council (prévisions : rapport du Conseil australien des prévisions sur le tourisme)*, Canberra.

Department of Industry, Tourism and Resources (Ministère de l'industrie, du tourisme et des ressources), 2003. *Green Paper : A Medium to Long Term Strategy for Tourism (Livre blanc sur la stratégie à moyen et long terme en matière de tourisme)*, Commonwealth of Australia (Commonwealth d'Australie), Canberra.

Department of the Treasury (Trésor), 2003. Budget Strategy and Outlook (stratégie et perspectives budgétaires) 2003-04: Budget Paper (dossier budgétaire n°1) No1, Canberra.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD – Organisation de développement et de coopération économiques - OCDE), 4 March 2003, *Etudes économiques de l'OCDE-Australie*, Paris.

Tourism Division (division du tourisme), 2002. *Research Report No. 2 (rapport d'études N°2), Tourism Productivity and Profitability (productivité et rentabilité du tourisme)*, Department of Industry, Tourism and Resources (Ministère de l'industrie, du tourisme et des ressources), Canberra.

*Sites Internet*

Department of Industry, Tourism and Resources (Ministère de l'industrie, du tourisme et des ressources) <a href="http://www.industry.gov.au">www.industry.gov.au</a>	Tourism NSW <a href="http://www.tourism.nsw.gov.au">www.tourism.nsw.gov.au</a>
Australian Bureau of Tourism Research (Bureau australien des études sur le tourisme) <a href="http://www.btr.gov.au">www.btr.gov.au</a>	Tourism Victoria <a href="http://www.tourismvictoria.com.au">www.tourismvictoria.com.au</a>
Australian Tourist Commission (Commission australienne du tourisme) <a href="http://www.australia.com">www.australia.com</a>	Tourism Queensland <a href="http://www.tq.com.au">www.tq.com.au</a>
Australian Bureau of Statistics (Bureau australien des statistiques) <a href="http://www.abs.gov.au">www.abs.gov.au</a>	Australian Capital Tourism (Tourisme de la capitale australienne) <a href="http://www.canberratourism.com.au">www.canberratourism.com.au</a>
Federal Government Business Entry Point (Point d'entrée des entreprises auprès du gouvernement fédéral) <a href="http://www.business.gov.au">www.business.gov.au</a>	Western Australian Tourism Commission (Commission du tourisme d'Australie occidentale) <a href="http://www.tourism.wa.gov.au">www.tourism.wa.gov.au</a>
Department of Immigration and Multicultural and Indigenous Affairs (Ministère de l'immigration et des affaires multiculturelles et ethniques) <a href="http://www.dimia.gov.au">www.dimia.gov.au</a>	South Australian Tourism Commission (Commission du tourisme d'Australie méridionale) <a href="http://www.tourism.sa.gov.au">www.tourism.sa.gov.au</a>
Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism (Centre d'études en coopération pour le tourisme durable) <a href="http://www.crctourism.com.au">www.crctourism.com.au</a>	Northern Territory Tourist Commission (Commission du tourisme du Territoire du Nord) <a href="http://www.nttc.com.au">www.nttc.com.au</a>
Department of Foreign Affairs and Trade (Ministère des affaires étrangères et du commerce) <a href="http://www.dfat.gov.au">www.dfat.gov.au</a>	Tourism Tasmania <a href="http://www.tourismtasmania.com.au">www.tourismtasmania.com.au</a>
Department of Transport and Regional Services (Ministère des transports et des liaisons régionales) <a href="http://www.dotrs.gov.au">www.dotrs.gov.au</a>	