



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

**CONCLUSIONS DE L'EXAMEN DE LA POLITIQUE
NATIONALE DU TOURISME EN IRLANDE**

Juin 2004

CONCLUSIONS DE L'EXAMEN DE LA POLITIQUE NATIONALE DU TOURISME EN IRLANDE

1. Au cours des dernières décennies, le tourisme irlandais a enregistré de bons résultats et a fortement contribué à l'économie nationale. Un secteur public efficace, des transports aériens et maritimes concurrentiels, un partenariat public-privé solide, des investissements considérables en installations touristiques privées et publiques et une image de marque internationale soignée, reposant sur des campagnes de publicité cohérentes à l'étranger peuvent être considérés comme des facteurs essentiels du succès du tourisme irlandais, qui est enraciné dans le peuple irlandais et la géographie du pays.

2. Le tourisme irlandais affiche de bonnes performances pour les dix dernières années (+91 % de visiteurs étrangers pour la période 1990-2002). Importante source de recettes en devises, il a apporté, en 2002, une contribution directe de 4.4 % au PNB, ce qui représente environ 8 % de l'emploi total. En 2003, l'Irlande a reçu 6.2 millions de visiteurs internationaux et 5.9 millions de visiteurs nationaux, générant un chiffre d'affaires global de 5 milliards d'euros, dont 80 % sont attribuables aux touristes étrangers. Le tourisme, industrie dynamique contrôlée dans une large mesure par les Irlandais, avec des entreprises et des emplois répartis sur l'ensemble de l'île, est devenu un instrument clé pour le développement régional. Certaines des principales régions touristiques ne créent guère d'emplois industriels. Bien que les enquêtes de satisfaction des visiteurs révèlent toujours des niveaux de satisfaction globalement très élevés, il s'en dégage depuis quelques années une préoccupation croissante pour les prix. La compétitivité est donc devenue un enjeu clé pour le tourisme irlandais, qui est parvenu à un stade crucial de son développement et devrait privilégier le rapport qualité/prix de l'expérience proposée aux visiteurs internationaux et nationaux.

3. Le Comité du tourisme de l'OCDE a examiné le 24 juin 2004 la stratégie, les programmes et les résultats de la politique du tourisme de l'Irlande, en se fondant sur le document intitulé « Examen de la politique nationale du tourisme en Irlande » établi à son intention. Le Comité a estimé que le rapport « New horizons for Irish tourism : An agenda for action » (2003) marquait une étape importante dans l'élaboration d'une stratégie à long terme d'ici à 2012. Le Comité a en particulier pris note du plan d'action 2003-2005 à court terme, qui comprend 70 mesures spécifiques. Les domaines d'action clés retenus par le Comité du tourisme sont la conjoncture économique, la compétitivité et le rapport qualité/prix, l'accessibilité des transports, les technologies de l'information et des communications, l'innovation et l'élaboration de produits, la promotion et la commercialisation, le personnel du secteur du tourisme, le secteur public, l'information, les renseignements et la recherche.

4. Parmi les mécanismes et les orientations actuels de l'action des pouvoirs publics dans le secteur du tourisme en Irlande, le Comité du tourisme a constaté :

- Les efforts considérables déployés par le gouvernement pour soutenir la croissance durable de l'industrie touristique et pour prolonger les bons résultats enregistrés au cours des dix dernières années. En particulier, l'adoption en 2003 d'une stratégie globale et d'un plan d'action comportant des objectifs clairement définis devrait soutenir un développement bien équilibré. Le Comité a noté l'articulation d'un plan d'action bien pensé à court terme avec une stratégie et une vision à long terme.

- La réorganisation des organismes publics chargés du tourisme au niveau national, Fáilte Ireland (l'Office national de développement du tourisme) et Tourism Ireland, qui est responsable de la commercialisation internationale de l'île d'Irlande en tant que destination touristique. La rationalisation des services d'aide publique au tourisme favorise une plus grande cohérence et permet de mieux centrer l'action sur la mise en œuvre efficace de la nouvelle stratégie. De plus, cette initiative renforcera le partenariat entre les acteurs du secteur touristique engagés dans l'exécution du plan d'action.
- L'accent est mis sur l'importance de l'« expérience du tourisme » du client. Cette orientation engendre un processus d'innovation et de changement à l'échelle du secteur. A cet égard, la « Nouvelle vision du tourisme en Irlande, pour la période 2003-2012 » fait référence à une « expérience du tourisme » qui dépasse les attentes du client en termes d'accueil, de qualité de l'environnement, de diversité et de profondeur de la culture. Les nombreux efforts déployés pour promouvoir et soutenir ce processus constituent une approche exemplaire de rajeunissement des modèles d'affaires du tourisme irlandais.
- Le choix, la qualité et la compétitivité des liaisons d'accès aériennes et maritimes se sont sensiblement améliorés, dans une large mesure du fait de l'émergence du modèle de transport aérien à faibles coûts, qui constitue désormais le modèle de fonctionnement de base des deux principales compagnies aériennes irlandaises. De plus, l'importance que le gouvernement attache à la mise à disposition des infrastructures touristiques (par exemple, le Centre national de conférences, le développement et la signalisation des réseaux routiers national et régionaux), et qui se traduit par une meilleure coordination de la planification et du financement du développement des infrastructures touristiques, contribuera encore à améliorer la compétitivité du tourisme irlandais.

5. Le Comité du tourisme a constaté le processus de réforme du tourisme actuellement en cours et a invité l'Irlande :

- A poursuivre ses efforts pour rétablir la compétitivité du tourisme irlandais, ce qui constitue un enjeu de taille. Les autorités chargées du tourisme devraient continuer à travailler avec l'industrie et les employés du tourisme pour élaborer et mettre en place des initiatives dans ce domaine. Par exemple, elles devraient encourager davantage les entreprises à faire preuve de flexibilité et à adapter leurs produits aux besoins en évolution du client. Elles devraient aussi continuer à renforcer la coopération avec les autres autorités gouvernementales pour améliorer la cohérence et les liens entre les différentes politiques menées (par exemple, en matière de tourisme, de concurrence, de fiscalité, d'assurance, d'environnement, de transports et de développement des infrastructures, ou dans le domaine social).
- A continuer de prendre en compte l'importance du développement des ressources humaines, de la formation et de l'éducation comme facteur clé pour acquérir un avantage concurrentiel. Le rétablissement de la compétitivité du tourisme irlandais requiert un haut niveau de qualification pour les employés du secteur. En particulier, les autorités chargées du tourisme doivent poursuivre leurs efforts, comme il est précisé dans le Plan d'action 2003-2005, pour soutenir le développement de perspectives de carrières dans le secteur du tourisme et pour améliorer l'attractivité des carrières touristiques en Irlande.
- A consacrer davantage d'efforts à des travaux méthodologiques et analytiques sur l'économie du tourisme, afin de faciliter la prise de bonnes décisions avisées par les entreprises et par les pouvoirs publics. Le travail en cours pour développer le Compte satellite du tourisme (dans le cadre d'un projet mené en collaboration avec le Royaume Uni, sous l'égide du programme

CST de l'Union européenne) constitue un important pas en avant auquel il faut donner suite. Outre les données macroéconomiques, des travaux supplémentaires sur le tourisme durable et les indicateurs clés de l'emploi complèteraient utilement l'élaboration d'un nouveau système d'information devant permettre de mieux comprendre le marché et d'évaluer le secteur du tourisme de l'Irlande par rapport à celui d'autres pays.

- A soutenir davantage l'élaboration de réseaux/grappes dans l'industrie du tourisme irlandais comme un élément clé de l'élaboration d'un produit composite axé sur l'« expérience du tourisme ». Les avantages concurrentiels des entreprises sont déterminés par leur capacité à exploiter les ressources disponibles sur les réseaux/grappes dans lesquels elles fonctionnent. Les autorités chargées du tourisme pourraient jouer un important rôle de motivation dans ce domaine.