

**Compte satellite du tourisme (CST):
recommandations
concernant le cadre conceptuel**

Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel



Commission
des communautés européennes
CCE



Organisation de coopération
et de développement économique



Organisation mondiale
du tourisme



Nations Unies
Division de statistique

Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2001

Organisation de coopération et de développement économique
OCDE Code 78 2000 01 2P1
ISBN : 92-64-27696-3

Publication des Nations Unies
Sales No. F.01.XVII.9
ST/ESA/STAT/SER.F/80
ISBN 92-1-261185-0

Organisation mondiale du tourisme
ISBN 92-844-0445-2

NOTE

La traduction française est la responsabilité
de l'Organisation mondiale du tourisme

Copyright © 2001
Commission des communautés européennes
Organisation de coopération et de développement économique,
Nations Unies
et Organisation mondiale du tourisme

Tous droits réservés

AVANT-PROPOS

Les recommandations contenues dans la présente publication s'inspirent d'un cadre conceptuel commun pour l'élaboration du compte satellite du tourisme établi par un groupe de travail intersecrétariats. Ce groupe de travail avait été réuni par la Division de statistique des Nations Unies avec la participation du Bureau de statistique des Communautés européennes, de l'Organisation de coopération et de développement économiques et de l'Organisation mondiale du tourisme. Ces trois organismes feront le nécessaire pour promouvoir la mise en œuvre des recommandations dans leurs pays membres. Les recommandations ont été approuvées par la Commission de statistique à trente et unième session en 2000.¹

La structure fondamentale des recommandations du compte satellite du tourisme repose sur l'équilibre général existant au sein d'une économie entre la demande de produits qu'engendre le tourisme et leur offre. L'idée sous-jacente à l'établissement d'un compte satellite du tourisme est d'analyser en détail tous les aspects de la demande de biens et de services que l'on peut associer au tourisme dans une économie, de voir comment cette demande se confronte dans la pratique à l'offre de ces biens et services dans cette même économie et de décrire les interactions entre cette offre et d'autres activités économiques. Les recommandations contenues dans la présente publication sont conçues comme une référence pour les pays qui souhaitent se doter d'un compte satellite du tourisme et, d'une façon plus générale, elles devraient améliorer la comparabilité internationale des statistiques du tourisme.

Francesco Frangialli
Secrétaire général
Organisation mondiale du tourisme

Charles L. Kincannon
Chef statisticien et Directeur de la Direction des statistiques
Organisation de coopération et de développement économiques

Yves Franchet
Directeur général
Bureau de statistique des Communautés européennes

Hermann Habermann
Directeur
Division de statistique des Nations Unies

¹ Voir « Official Records of the Economic and Social Council, 2000, Supplement No 4 (E/2000/24) », paragraphe 18.

TABLE DES MATIERES

	Paragrophes	Pages
Avant-propos		iii
Remerciements		xi-xii
Liste d'abréviations et d'acronymes		xiii
Chapitre 1. Introduction	1.1.-1.50.	1-13
A. Système de statistiques du tourisme et compte satellite du tourisme: vue d'ensemble	1.1.-1.25.	1-6
B. Antécédents	1.26.-1.43.	6-11
B.1. 1991: Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme	1.27.-1.34.	6-8
B.2. 1991-1999: initiatives qui ont conduit à la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme, Nice, 15-18 juin 1999	1.35.-1.40.	9-10
B.3. 1999-2000: vers l'adoption du Compte satellite du tourisme: recommandations concernant le cadre conceptuel par la Commission de statistique, le 3 mars 2000	1.41.-1.43.	10-11
C. Contenu et structure du Compte satellite du tourisme: recommandations concernant le cadre conceptuel	1.44.-1.50.	11-13
Chapitre 2 L'approche par la demande: concepts et définitions	2.1.-2.85.	14-39
A. Les visiteurs	2.4.-2.27	14-20
A.1. Environnement habituel	2.6.-2.17.	15-17
A.1.1. Environnement habituel et résidence	2.10.-2.13.	16-17
A.1.2. Environnement habituel et résidences secondaires	2.14.-2.17.	17
A.2. Durée du séjour	2.18.-2.21.	18
A.3. Motif de la visite	2.22.-2.23.	18-19
A.4. Classification des visiteurs	2.24.-2.27.	19-20

B.	Consommation des visiteurs	2.28.-2.75.	20-36
B.1.	Définition de la consommation des visiteurs	2.28.-2.30.	20-21
B.2.	La consommation finale des ménages dans le SCN 1993	2.31.-2.38.	21-24
B.3.	Consommation des visiteurs par le biais des entreprises, des administrations publiques et des ISBLSM	2.39.-2.41.	25
B.4.	Champ et composantes de la consommation des visiteurs	2.42.-2.59.	25-32
	B.4.1. Lieu de la consommation du visiteur	2.44.	26
	B.4.2. Champ des produits de consommation touristique	2.45.-2.48.	26-27
	B.4.3. Biens de consommation durables	2.49.-2.53.	27-28
	B.4.4. Moment de l'achat	2.54.	28-29
	B.4.5. Transferts sociaux touristiques en nature	2.55.	29
	B.4.6. Dépenses touristiques des unités productives	2.56.	29-30
	B.4.7. La consommation des visiteurs en résumé	2.57.-2.59.	30-32
B.5.	Lieu où la consommation des visiteurs est effectuée	2.60.-2.67.	32-34
B.6.	Cas particuliers	2.68.-2.75.	34-36
	B.6.1. Services rendus au sein des ménages pour leur propre bénéfice	2.69.-2.70.	34-35
	B.6.2. Services d'hébergement rendus par des résidences secondaires pour compte propre ou à titre gratuit	2.71-2.72.	35
	B.6.3. Services des agences de voyages	2.73.	35-36
	B.6.4. Voyages à forfait	2.74.	36
	B.6.5. Les biens comme élément de la consommation des visiteurs	2.75.	36

C.	Consommation touristique collective	2.76.-2.80.	36-37
D.	Formation brute de capital fixe du tourisme	2.81.-2.85.	37-39
Chapitre 3	L'approche par l'offre: concepts et définitions	3.1.-3.63.	40-54
A.	Produits spécifiques au tourisme	3.8.-3.22.	41-44
B.	Activités spécifiques du tourisme	3.23.-3.51.	45-51
B.1.	Principes généraux	3.23.-3.31.	45-47
B.2.	Cas particuliers	3.32.-3.51.	47-46
	B.2.1. Services rendus au sein d'un ménage au bénéfice de ses membres	3.33.	47
	B.2.2. Services d'hébergement rendus par des résidences secondaires pour compte propre ou à titre gratuit	3.34.-3.36.	48
	B.2.3. Agences de voyages	3.37.-3.45.	48-50
	B.2.4. Voyagistes	3.46.-3.51.	50-51
C.	Industries touristiques	3.52.-3.63.	51-54
C.1.	Valeur ajoutée	3.55.-3.58.	52-53
C.2.	Emploi	3.59.-3.61.	53
C.3.	Formation brute de capital fixe des industries touristiques	3.62.-3.63.	53-54
Chapitre 4	Tableaux, comptes et agrégats	4.1.-4.118.	55-84
A.	Tableaux et comptes	4.11.-4.72.	56-75
A.1.	Remarques générales	4.11.-4.12.	56-57
A.2.	Évaluation nette	4.13.-4.19.	57-63
	A.2.1. Évaluation nette des circuits à forfait	4.15.-4.17.	58-60
	A.2.2. Évaluation nette des services des agences de voyages	4.18.-4.19.	61-63

A.3.	Classifications utilisées	4.20.-4.25.	63-65
A.3.1.	Remarques générales	4.20.-4.21.	63
A.3.2.	Remarques particulières	4.22.-4.25.	64-65
(a)	Produits	4.22.	64
(b)	Unités productives	4.23.-4.24.	64
(c)	Liste des produits et des activités caractéristiques du tourisme	4.25.	64-65
A.4.	Les tableaux	4.26.-4.72.	66-75
A.4.1.	Vue d'ensemble	4.26.-4.33.	66-67
A.4.2.	Description	4.34.-4.72.	67-75
B.	Agrégats	4.73.-4.118.	75-84
B.1.	Principaux agrégats	4.77.-4.102.	76-82
B.1.1.	Consommation du tourisme intérieur	4.79.-4.80.	76-77
B.1.2.	Offre touristique	4.81.-4.102.	77-82
(a)	Valeur ajoutée des industries touristiques	4.82.-4.84.	77
(b)	Valeur ajoutée du tourisme	4.85.-4.98.	78-80
(c)	Produit intérieur brut engendré par la consommation du tourisme intérieur	4.99-4.102.	80-82
B.2.	Autres agrégats	4.103.-4.118.	82-84
B.2.1.	Emploi touristique	4.106.-4.108.	82
B.2.2.	Formation brute de capital fixe du tourisme	4.109.-4.110.	83
B.2.3.	Consommation touristique collective	4.111.-4.115.	83-84
B.2.4.	Demande touristique	4.116.-4.118.	84

Tables

1.	Consommation du tourisme récepteur, par produits et par catégories de visiteurs (dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces)	85
2.	Consommation du tourisme interne, par produits et groupes ad hoc de visiteurs résidents (dépense finale de consommation des visiteurs en espèces)	86

3. Consommation du tourisme émetteur, par produits et par catégories de visiteurs (dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces)	87
4. Consommation de tourisme intérieur, par produits et par types de tourisme	88
5. Comptes de production des industries touristiques et des autres industries	89
6. Offre interne et consommation du tourisme intérieur par produits	90
7. Emploi dans les industries touristiques	91
8. Formation brute de capital touristique fixe des industries touristiques et des autres industries	92
9. Consommation touristique collective, par fonctions et par niveaux administratifs	93
10. Indicateurs non monétaires	94

Figures

2.1 Différents éléments constitutifs de la consommation finale effective des ménages	24
2.2 Éléments constitutifs de la consommation des visiteurs	31
3.1 Les éléments sur lesquels portent l'analyse de l'offre touristique et celle de la consommation touristique	47
4.1 Présentation sommaire des effets globaux de l'utilisation d'une évaluation nette des forfaits sur la consommation du tourisme interne, sur la consommation du tourisme émetteur et sur la consommation du tourisme récepteur	60
4.2 Présentation sommaire des effets globaux de l'extraction des services des agences de voyages de la valeur des services touristiques	62-63
4.3 Liste des produits caractéristiques du tourisme	65
4.4 Liste des activités caractéristiques du tourisme	65
4.5 Relations entre les différents agrégats économiques caractérisant la dimension du tourisme du point de vue de l'offre	81

<u>Annexes</u>	95-152
I. Liste des produits spécifiques du tourisme (associés à la consommation des visiteurs)	97-131
II. Listes des produits caractéristiques du tourisme et des activités caractéristiques du tourisme	132-138
III. Module Emploi de l'OCDE	139-140
IV. Proposition de liste des éléments qui contribuent à la formation brute de capital fixe du tourisme	141-142
V. Relations entre le compte satellite du tourisme et le cadre central du Système de comptabilité nationale (SCN 1993)	143-145
Bibliographie	146-147
Index	148-152

REMERCIEMENTS

Le Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel est le résultat d'efforts considérables fournis à partir de la fin des années 1970.

C'est depuis une trentaine d'années que la France utilise l'expression « comptes satellites » pour désigner les pratiques comptables de secteurs horizontaux particuliers qui ne sont pas correctement définis dans le système de comptabilité nationale mais qui pouvaient néanmoins être considérés comme des « sous-systèmes satellites » de ce dernier. La France a également mis sur pied des plans opérationnels pour quantifier le poids économique du tourisme.

En 1982, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) chargeait José Quevedo, alors responsable de l'élaboration de la comptabilité nationale de l'Espagne à son Institut national de la statistique, de préparer un document indiquant les moyens de décrire le tourisme conformément aux recommandations relatives à la comptabilité nationale existant à l'époque, le Système de comptabilité nationale, 1968. Ce document qui a été soumis en 1983 à la cinquième session de l'Assemblée générale de l'OMT à New Delhi, soulignait l'importance de cet exercice comme moyen uniforme et global de mesure et de comparaison avec d'autres secteurs de l'économie. Il ne fut pas appliqué comme tel mais il est encore considéré comme servant d'orientation générale pour la plupart des activités de l'OMT visant à l'harmonisation internationale des concepts et des statistiques du tourisme.

Le Comité du tourisme de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) s'est également efforcé de faire reconnaître sans tarder la portée, la nature et le rôle du tourisme dans l'économie des pays membres de l'OCDE. Lors de la préparation de son Manuel sur les comptes économiques du tourisme en 1991, l'OCDE s'est penchée sur plusieurs des problèmes épineux que soulève l'évaluation du tourisme.

Il faut signaler tout particulièrement la présentation par *Statistique Canada*, à la Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme, tenue par l'OMT à Ottawa en 1991, d'un schéma visant à instaurer un moyen fiable d'évaluer les activités économiques du tourisme et de les comparer aux autres secteurs de l'économie nationale et à créer un cadre pour rapprocher, de façon organisée et cohérente, d'autres données pertinentes relatives aux activités touristiques. Ce schéma reposait sur un projet ayant pour but d'étudier s'il était possible d'appliquer au tourisme les principes des comptes satellites.

La Commission de statistique ayant adopté en 1993 les Recommandations sur les statistiques du tourisme qui ont été formulées par la conférence d'Ottawa, l'OMT et l'OCDE commencèrent à mettre en place le cadre conceptuel destiné à l'élaboration d'un compte satellite du tourisme (CST). Marion Libreros (France) et John Joice (Canada) furent respectivement chargés de la réalisation du projet à l'OMT et à l'OCDE.

Il faut savoir gré à ces deux consultants de leur contribution à l'élaboration des documents successifs qui aboutirent à la présentation du CST à la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme, organisée à Nice du 15 au 18 juin 1999. Pendant ce processus, l'OMT a également pu compter sur la collaboration, comme consultants, de Alfred Franz (Autriche), Douglas Frechtling (États-Unis d'Amérique), Alan Pisarski (États-Unis d'Amérique) et Francisco Hernández (Espagne) ainsi que de José Quevedo (Espagne), et sur celle des membres du Comité de suivi des statistiques de l'OMT. Le groupe de travail statistiques du Comité du tourisme de l'OCDE a lui aussi pris une part très active au développement du projet en question. Enfin, le groupe d'études sur les questions méthodologiques liées au tourisme du Bureau de statistique des Communautés européennes (Eurostat) a largement compté sur la conception d'un CST réalisé, à sa demande, par le Centre international d'études sur l'économie du tourisme (Italie), par le Gruppo Clas (Italie) et par Peter Laimer (Autriche)

Après la conférence de Nice, il a été créé un groupe de travail intersecrétariats OMT-OCDE-Eurostat dans le but de mettre en place un cadre conceptuel commun pour le développement de la démarche méthodologique d'un CST. Les personnes qui ont participé aux réunions de ce groupe de travail et qui, en tant que représentants de leurs organismes, ont assumé la responsabilité des recommandations techniques finales sont Antonio Massieu (OMT), Louis Kincannon (OCDE), Alain Dupeyras (OCDE), Carl Obst (OCDE), Pedro Díaz (Eurostat) ainsi que Sophia Eriksson (Eurostat). Sans cette conjonction d'institutions, le Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel aurait pu ne pas être approuvé par la Commission de statistique à sa trente et unième session en 2000.

Nous tenons à rendre un hommage spécial, pour ses efforts inlassables et son dévouement constant, à Enzo Paci, décédé en octobre 1998, qui, en sa qualité de chef du service statistiques, analyse économique et études de marché de l'OMT, assumait dès le début, le rôle de promoteur d'un système de statistiques du tourisme et du projet de compte satellite du tourisme.

Liste d'abréviations et d'acronymes

BP	Balance des paiements
CCP, version 1.0	Classification centrale de produits, version 1.0
CET	Comptes économiques du tourisme (OCDE)
CFAP	Classification des fonctions des administrations publiques
CITAT	Classification internationale type des activités touristiques
CITI, rév.3	Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique, révision 3
COICOP	Classification de la consommation individuelle par fonction
CPA	Classification des produits par activité
CST	Compte satellite du tourisme
Eurostat	Bureau de statistique des Communautés européennes
FMI	Fonds monétaire international
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OIT	Organisation internationale du travail
OMT	Organisation mondiale du tourisme
OPSBLSM	Organismes privés sans but lucratif au service des ménages
PIB	Produit intérieur brut
SCN 1993	Système de comptabilité nationale
SIFMI	Services des intermédiaires financiers mesurés indirectement
UIOOT	Union internationale des organismes officiels de tourisme
WTTC	World Travel and Tourism Council – Conseil mondial des voyages et du tourisme

Chapitre 1 Introduction

A. Système de statistiques du tourisme et compte satellite du tourisme : vue d'ensemble

- 1.1 Le tourisme est défini comme l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. Il s'agit d'une activité qui a connu ces vingt-cinq dernières années un essor considérable comme phénomène économique et social. Cependant, les informations statistiques concernant la nature, l'évolution et les conséquences du tourisme s'appuient principalement sur les chiffres des arrivées et des nuitées ainsi que sur les données de la balance des paiements qui ne permettent pas de saisir le phénomène économique du tourisme dans son ensemble. Par conséquent, les Gouvernements, les entreprises et les citoyens ne disposent pas toujours des informations précises qui leur sont nécessaires pour être efficaces dans la conduite des affaires publiques et la réalisation de leurs opérations commerciales et industrielles. Il manque surtout des informations pertinentes sur le rôle du tourisme dans les économies nationales du monde entier et il faudrait pouvoir disposer de données crédibles sur l'importance et l'ampleur de cette activité.
- 1.2 Dans le passé la description du tourisme était essentiellement centrée sur les caractéristiques des visiteurs, les conditions dans lesquelles ils voyagent et séjournent, les motifs de leur déplacement, etc. De nos jours on assiste à une prise de conscience croissante du rôle que le tourisme joue et peut jouer, soit directement, indirectement ou de façon induite, dans une économie sur le plan de la création de valeur ajoutée, d'emplois, de revenus personnels, de recettes publiques, etc.
- 1.3 Cette prise de conscience des incidences économiques du tourisme est un phénomène qui a été croissant au cours du temps, et un certain nombre de pays et d'organisations internationales se sont donc employés à mettre au point des techniques pour mesurer les impacts économiques du tourisme.
- 1.4 En particulier, le type de données sur le tourisme dont ont besoin à la fois le secteur public et le secteur privé a changé de nature. En plus des informations quantitatives sur les mouvements de visiteurs, telles que le nombre d'arrivées et de nuitées, et des informations descriptives sur les conditions dans lesquelles les visiteurs sont reçus et servis, les pays ont à présent besoin d'informations et d'indicateurs fiables pour renforcer la crédibilité des évaluations du poids économique du tourisme. Ces informations et indicateurs devraient avoir les caractéristiques suivantes:

- ils devraient être de nature statistique et être produits régulièrement, non seulement sous la forme d'estimations ponctuelles, mais aussi dans le cadre de procédures statistiques courantes combinant le calcul d'estimations de référence et un emploi souple d'indicateurs pour renforcer l'utilité des résultats obtenus;
- les estimations devraient utiliser des sources statistiques fiables, où on observe à la fois les visiteurs et les producteurs de services, en recourant si possible à des procédures indépendantes;
- les données devraient être comparables dans le temps au sein d'un même pays, comparables entre pays et comparables avec d'autres domaines d'activité économique;
- les résultats devraient offrir une cohérence interne et être présentées dans des cadres macroéconomiques reconnus au niveau international.

1.5 Les données requises couvrent les champs suivants:

- analyse de la demande générée par le tourisme sous ses différentes formes (au sein d'une même économie, en provenance d'autres économies ou vers d'autres économies), classée en fonction des caractéristiques des visiteurs, de leurs déplacements et des biens et services acquis;
- impact de l'offre sur les variables macroéconomiques de base de l'économie de référence, principalement les fonctions de production et l'interaction des activités, base des analyses d'impact;
- description de la nature de l'emploi et des postes de travail, de la formation de capital et des investissements non financiers;
- importations et exportations, impact sur la balance des paiements;
- effets du tourisme sur les recettes publiques, sur les revenus personnels et les revenus des entreprises, etc.

1.6 Les biens et services consommés par les visiteurs sont essentiellement le transport, l'hébergement, l'alimentation et les divertissements qui, au sens large, peuvent être considérés comme caractéristiques du tourisme. Selon la destination du voyage, le motif de la visite et les caractéristiques personnelles de chaque visiteur, ces biens et services peuvent être très différents en nature, qualité et quantité. L'étude du tourisme doit prendre en compte l'ensemble de ces éléments dans une présentation régulière et systématique.

- 1.7 Bien que par essence le tourisme soit un phénomène de demande, il est nécessaire, du point de vue économique, d'examiner comment opère l'ajustement de la demande et de l'offre, et quel est l'impact de l'offre sur les variables macroéconomiques fondamentales de l'économie de référence.
- 1.8 Dans le contexte de l'analyse macroéconomique, c'est dans le cadre général de la comptabilité nationale qu'on étudie le mieux la relation entre l'offre et la demande et, même plus particulièrement, dans le cadre des tableaux ressources - emplois.
- 1.9 Le Système de comptabilité nationale, 1993 (SCN 1993) ¹ fournit des concepts, des définitions, des classifications, des règles comptables, des comptes et des tableaux qui se présentent comme un cadre complet et intégré pour l'estimation de la production, de la consommation, des investissements, des revenus, des stocks et des flux de patrimoine financier et non-financier, ainsi que d'autres variables économiques s'y rattachant.
- 1.10 Dans le cadre du SCN 1993, l'analyse détaillée d'un type précis de demande peut être présentée dans une interface avec l'offre de ces mêmes biens et services, au sein d'une économie.
- 1.11 Cependant, la consommation des visiteurs ne se limite pas à un ensemble de biens et de services prédéfinis produits par un ensemble prédéfini d'industries. La particularité du tourisme ne réside pas tant dans les biens et services acquis que dans la situation temporaire dans laquelle se trouve le consommateur : il est en dehors de son environnement habituel et voyage ou visite un lieu pour un motif autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité, et c'est cette caractéristique qui le distingue de tout autre consommateur.
- 1.12 Or une telle caractéristique du consommateur ne peut pas être prise en compte dans le cadre général de la comptabilité nationale, où les agents économiques sont classés en fonction de caractéristiques (relativement) permanentes, au nombre desquelles figure le pays ou le lieu de leur résidence.
- 1.13 Afin de tenir compte de ces situations, le SCN 1993 suggère d'utiliser ce que l'on appelle un compte satellite, annexé au cadre central du Système de comptabilité nationale, dont il partage, dans une plus ou moins large mesure, les concepts, les définitions et les classifications de base ².
- 1.14 En conséquence, la structure fondamentale du compte satellite du tourisme (CST) repose sur l'équilibre général existant au sein d'une économie entre la demande de biens et de services qu'engendre le tourisme et leur offre. L'idée inspirant l'élaboration du CST est d'analyser en détail tous les aspects de la demande de biens et de services qu'on peut associer au tourisme dans une économie et

d'observer l'interface opérationnelle avec l'offre de ces biens et services dans cette même économie et les interactions entre cette offre et d'autres activités économiques.

- 1.15 La demande engendrée par le tourisme couvre une grande variété de biens et services, où les services de transport, d'hébergement et d'alimentation jouent un rôle important. Certains de ces services, comme l'hébergement dans des résidences secondaires à des fins touristiques (maisons de vacances) ou le transport en véhicule particulier, peuvent être produits pour compte propre de façon significative.
- 1.16 Cependant, si la production de services d'hébergement pour compte propre fait bien partie des activités incluses dans les limites de la production du SCN 1993, ce n'est pas le cas des services de transport produits au sein des ménages pour leur propre compte, services dont la production est explicitement exclue de ces limites.
- 1.17 La conception même de comptes satellites fonctionnels permet l'élargissement du champ de la production pris en compte dans le SCN 1993, de revoir la classification des transactions ou des agents, ou des deux à la fois. Cependant, en concevant le CST, le choix fut de mettre, pour l'instant, l'accent sur une nouvelle classification à l'intérieur du champ de la production délimité par le SCN 1993, afin d'aboutir pour le tourisme à des mesures d'agrégats comparables à d'autres mesures d'agrégats effectuées à l'intérieur du cadre conceptuel du SCN 1993.
- 1.18 En conséquence, les pays dont les services de transport pour compte propre représentent une part significative de la consommation du tourisme interne sont invités à prendre ces services en considération, mais d'une façon qui permette d'inclure ou d'exclure ces services selon les besoins des comparaisons internationales.
- 1.19 Le *Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel* revêt la forme d'un système de base de concepts, de classifications, de définitions, de tableaux et d'agrégats liés aux tableaux types du SCN 1993 sous l'angle fonctionnel. Ce système a été élaboré pour permettre de mesurer annuellement les effets du tourisme sur les économies nationales.
- 1.20 Le CST complet comprend donc :
 - Des agrégats macroéconomiques pour caractériser le volume et l'importance économique du tourisme, comme la valeur ajoutée du tourisme et le produit intérieur brut (PIB) du tourisme, compatibles avec les agrégats semblables utilisés pour l'ensemble de l'économie et pour d'autres activités productives et domaines d'intérêt fonctionnels ;

- Des données détaillées sur la consommation des visiteurs et sur la façon dont cette demande est satisfaite par l'offre interne et les importations ; ces données seront intégrées dans des tableaux établis à partir des tableaux généraux entrées sorties de la comptabilité nationale, aussi bien à prix courants qu'à prix constants;
- Des comptes de production détaillés des industries touristiques, comprenant des données sur l'emploi, sur la relation de ces industries avec les autres activités productives et sur la formation de capital;
- Les informations de base nécessaires à l'élaboration de modèles de l'impact économique du tourisme (aux niveaux national et supranational), à la préparation d'analyses du marché touristique, etc. ;
- Un lien entre les données économiques et les autres informations quantitatives non monétaires sur le tourisme, comme le nombre de séjours, la durée des séjours, le motif du déplacement, les modes de transport, etc.

1.21 Le CST présenté dans le Recommandations concernant le cadre conceptuel est à considérer sous deux angles différents:

- Comme un nouvel instrument statistique incorporant des concepts, définitions, agrégats, classifications et tableaux ; c'est-à-dire, un instrument compatible avec les recommandations internationales concernant la comptabilité nationale, ce qui permettra des comparaisons valables entre régions, pays ou groupes de pays et qui rendra toutes ces estimations comparables avec les autres agrégats et évaluations macroéconomiques reconnus au niveau international;
- Comme une méthode progressive pour guider les pays dans leur processus de construction de leur propre système de statistiques du tourisme, le principal objectif étant l'élaboration d'un CST, qui pourrait donc être considéré comme la synthèse d'un tel système.

1.22 Il faut voir dans les Recommandations concernant le cadre conceptuel comme une première étape d'un processus de mise au point méthodologique de ce nouvel instrument statistique dont le caractère opérationnel relève d'une synthèse qu'il partage avec la comptabilité nationale. En outre, sa mise en œuvre progressive par les pays dépendra des progrès accomplis dans leur application du SCN 1993. Dans l'avenir, et quand une plus large expérience sera acquise, il sera nécessaire d'actualiser et d'élargir certaines des recommandations du présent document.

1.23 Ces changements pourront par exemple porter sur de nouvelles décisions concernant les classifications proposées pour les produits et les activités, sur la

détermination d'un nouveau champ pour les activités économiques liées au tourisme, sur de nouveaux domaines d'application (indicateurs touristiques nationaux, analyse de la balance des paiements, analyse au niveau régional) ou sur des modules particuliers (emploi, recettes publiques).

- 1.24 Les Recommandations concernant le cadre conceptuel ne rentrent pas dans les détails des discussions complexes qui ont eu lieu entre les statisticiens du tourisme afin que les résultats soient présentés simplement. Cependant, une série de documents de travail et de manuels techniques plus détaillés sont en cours de préparation et permettront de compléter les présentes recommandations.
- 1.25 Enfin, il faut remarquer que les Recommandations concernant le cadre conceptuel n'obligent en rien les pays à produire des CST. En fait, il faut voir le CST comme une étape importante d'un processus conjoint qui a pour objet le développement d'un système international de statistiques sur le tourisme. Beaucoup de questions en jeu sont complexes et demandent de plus amples discussions. L'adoption de CST dans les pays devrait favoriser l'établissement de normes, mais on espère aussi que les présentes recommandations sensibiliseront davantage les pays aux avantages qu'apporte la production de comptes satellites du tourisme.

B. Antécédents

- 1.26 Le Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel constitue l'aboutissement de nombreuses années d'efforts menés par un grand nombre d'institutions, de pays et d'individus pour donner à la mesure de l'activité touristique la place qui lui revient dans l'ensemble des statistiques macroéconomiques.

B.1. 1991 : Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme

- 1.27 La Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme, tenue par l'Organisation mondiale du tourisme à Ottawa du 24 au 28 juin 1991³, marqua l'aboutissement d'efforts intenses déployés au cours de la seconde moitié des années 1970 et, surtout des années 1980, non seulement par des organisations internationales (notamment les Nations Unies, l'OMT et l'OCDE) mais aussi par certains pays parmi lesquels, outre le Canada, la France mérite une mention spéciale pour son rôle pionnier dans la mesure des incidences économiques du tourisme.
- 1.28 Les Nations Unies, avec sa Commission statistique, et l'OMT ont été, depuis qu'elles existent, les organisations internationales auxquelles on doit l'adoption d'un ensemble de définitions et de classifications du tourisme à une double fin :

- Permettre la comparabilité des données à l'échelle internationale ;
 - Guider les pays dans la mise en place d'un système statistique pour le tourisme.
- 1.29 La période comprise entre 1937 et 1980 se caractérisa par l'adoption de définitions et de classifications pour les statistiques du tourisme international, malheureusement peu compatibles avec les autres statistiques :
- En 1937, le Conseil de la société des nations recommanda une définition du terme "touriste international" à des fins statistiques. Cette définition fut ensuite légèrement modifiée par l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT) lors d'une réunion tenue à Dublin en 1950 ;
 - En 1953, la Commission statistique définit l'expression "visiteur international" ;
 - La Conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux, tenue à Rome en 1963 recommanda pour les termes "visiteur", "touriste" et "excursionniste" des définitions qui avaient été proposées par l'UIOOT. Ces définitions furent ensuite examinées en 1967 par un groupe d'experts des Nations Unies en statistiques des voyages internationaux et approuvées par la Commission statistique en 1968.
 - Une fois approuvées par la Commission statistique en 1978 ⁴, les Lignes directrices provisoires sur les statistiques du tourisme international furent publiées en 1978 ⁵.
- 1.30 Dans les années 1980, la conscience de l'importance du tourisme et de son interdépendance avec d'autres activités économiques et sociales commença à se développer plus largement. L'OMT, en étroite collaboration avec la Division statistique des Nations Unies, entreprit donc des travaux statistiques dans deux directions :
- Dans la première, il s'agissait de proposer des modifications aux définitions et classifications utilisées dans les études sur le tourisme pour les rendre compatibles et cohérentes avec celles employées dans d'autres systèmes statistiques nationaux et internationaux ;
 - Dans la deuxième, il s'agissait d'intégrer le tourisme au cadre analytique des comptabilités nationales.
- 1.31 Dès 1983, à la cinquième session de son Assemblée générale, tenue à New Delhi, l'OMT publia un document expliquant comment on pouvait décrire le

tourisme dans le cadre des recommandations formulées à l'époque sur les comptes nationaux, c'est-à-dire le *Système de comptabilité nationale*, 1968 ⁶. Ce document mettait l'accent sur l'importance de ce type d'exercice, comme moyen homogène et complet d'effectuer des mesures et des comparaisons avec d'autres secteurs de l'économie. Bien qu'il n'ait pas donné lieu à une mise en application immédiate, ce document est encore aujourd'hui considéré comme une référence utile pour les activités de l'OMT dans le domaine de l'harmonisation internationale des concepts et statistiques du tourisme.

- 1.32 Ces premiers travaux internationaux sur les statistiques du tourisme permirent à l'OMT de présenter un système cohérent de concepts, de définitions et de classifications à la Conférence d'Ottawa. Elle y proposait notamment un ensemble de définitions statistiques sur le tourisme interne et international, et une classification des activités touristiques, tous les deux liés aux autres statistiques internationales. Par ailleurs, elle insistait sur la nécessité d'un système d'informations touristiques intégré au Système de comptabilité nationale, ce qu'on appelle un compte satellite du tourisme.
- 1.33 Dans le même temps, le Comité du tourisme de l'OCDE s'employait à faire reconnaître l'importance et la nature du rôle joué par le tourisme dans les économies de l'OCDE, et démontrait le besoin des décideurs pour ce genre d'informations. Depuis 1985, l'OCDE travaille pour que le tourisme soit intégré à des instruments statistiques plus larges, tel que le SCN. Lors de la préparation de son Manuel sur les comptes économiques du tourisme ⁷, l'OCDE examina plusieurs problèmes épineux posés par la mesure du tourisme, dont en particulier le rapprochement entre l'offre et la consommation, et le traitement des circuits à forfait.
- 1.34 Il convient de signaler plus particulièrement l'idée présentée par Statistics Canada à la Conférence d'Ottawa, idée consistant à créer, pour évaluer les activités économiques du tourisme, un instrument crédible et comparable à celui utilisé dans d'autres secteurs de l'économie d'un pays, à établir une structure permettant de faire le lien, d'une façon organisée et cohérente, avec d'autres données utiles concernant les activités touristiques, et à rendre la base de données « facilement accessible » aux utilisateurs potentiels. Le schéma présenté par Statistics Canada reposait sur un projet d'étude sur l'applicabilité des principes du compte satellite à l'industrie touristique, et qui faisait partie des travaux menés par la Task Force canadienne sur les données du tourisme (1984-1986). Le rapport sur le compte satellite du tourisme proposé par cette Task Force fut rendu public en mai 1987, au moment où l'OMT commençait à développer ses idées sur des directrices internationales concernant un compte satellite du tourisme.

B.2. 1991-1999 : initiatives qui ont conduit à la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme, Nice, 15-18 juin 1999

- 1.35 Depuis la Conférence d'Ottawa, non seulement beaucoup d'initiatives annoncées ont commencé à prendre forme, mais le nombre de pays qui mettent au point un CST est en augmentation. Outre les pouvoirs publics, le secteur privé prend aussi ses propres initiatives.
- 1.36 En 1994, les Nations Unies et l'OMT ont publié les Recommandations sur les statistiques du tourisme.⁸ Les Recommandations comprennent : (a) les recommandations sur les statistiques du tourisme⁹ proposées par l'OMT comme suite à la Conférence d'Ottawa et (b) la Classification internationale type des activités touristiques (CITAT),¹⁰ classification provisoire devant servir d'outil aux pays ; ces deux classifications ont été adoptées par la Commission statistique à sa vingt-septième session.¹¹ Certaines des définitions et classifications contenues dans les Recommandations de 1994 devront être modifiées pour être conformes aux principes énoncés dans le Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel.
- 1.37 A l'OCDE, la collecte et l'analyse des données selon les comptes économiques du tourisme (CET) commencèrent en 1992 et, le CET s'est révélé un instrument utile pour orienter la politique touristique. L'OCDE aide régulièrement ses pays membres à se doter de comptes comparables au niveau international, en appliquant les principes de la comptabilité nationale et en adoptant une approche intégrée qui fasse le lien avec d'autres aspects économiques importants du tourisme, notamment l'emploi. En 1997, le Comité du tourisme de l'OCDE présenta sa première proposition concernant un compte satellite du tourisme pour les pays de l'OCDE.
- 1.38 L'Office de statistique des Communautés européennes (Eurostat) a également développé un grand nombre de programmes et réalisé des études sur les statistiques du tourisme dans l'Union européenne. Il a mis au point une méthodologie communautaire pour les statistiques du tourisme, compatible avec les normes de l'ONU/OMT, et qui est adaptée aux besoins et aux conditions propres des États membres de l'Union européenne (UE). Il convient de mentionner plus spécialement la Directive du Conseil sur la collecte d'informations statistiques dans le domaine du tourisme qui a été approuvée en 1995¹² ; cette Directive vise à harmoniser et améliorer les statistiques produites par les États membres et qui constitue la première mesure légale en vue de créer un système intégré d'information sur l'offre et la demande touristiques. A cette fin, Eurostat recueille régulièrement des données (à fréquences mensuelles, trimestrielles et annuelles) et diffuse des statistiques générales sur le tourisme. Les informations à fournir selon la directive portent sur les points suivants :

- La capacité des établissements d'hébergement touristique collectif ;
- Le volume de la clientèle reçue dans les établissements d'hébergement touristique collectif (tourisme interne et tourisme récepteur) ;
- La demande enregistrée sur les deux principaux marchés touristiques : celui des vacances et celui des voyages d'affaires (tourisme interne et tourisme émetteur).

1.39 Le Canada a une place particulière parmi les pays à s'être dotés d'un compte satellite du tourisme pendant cette période. En juillet 1994 Statistics Canada publia ses premiers résultats sur le CST. D'autres pays, comme la République Dominicaine (qui a utilisé une des premières versions de ce cadre conceptuel, avant d'adapter ses évaluations au rythme des versions ultérieures), la France, la Nouvelle-Zélande, le Mexique, le Chili, Cuba, la Pologne, la Norvège, Singapour, la Suède et les États-Unis, ont récemment rendu public leur CST ou se sont livrés à un essai pilote rigoureux. D'autres, dont l'Australie, la Finlande, l'Inde, les Philippines, la Thaïlande, la République de Corée, l'Espagne et la Suisse, leur emboîteront le pas prochainement. La grande majorité d'entre eux, membres de l'OCDE, ont profité du travail accompli par le Comité du tourisme de l'OCDE au cours des dernières années dans l'élaboration de leur système.

1.40 Dans le secteur privé, le World Travel and Tourism Council (WTTC) se distingue par la façon dont il quantifie les retombées économiques du tourisme. Sa méthode consiste à employer un modèle de simulation pour évaluer les incidences économiques de la consommation des visiteurs (industrie des voyages et du tourisme) ainsi que de la demande totale (économie des voyages et du tourisme). Les premières se limitent aux effets directs de la consommation des visiteurs sur la production. Les secondes prennent en compte les incidences directes et indirectes liées aux dépenses en capital, aux dépenses de l'État, et au commerce extérieur, y compris l'augmentation de la demande de biens et de services engendrée par les mouvements de personnes partout dans le monde (tourisme mondial). Le WTTC est favorable à une approche par la demande, dont le champ d'application soit défini d'une manière ample, et qui soit liée par des modèles économiques aux concepts concernant l'offre. Pour ses travaux, il recourt abondamment à des modèles économétriques.

B.3. 1999-2000 : vers l'adoption du Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel par la Commission de statistique, le 3 mars 2000

1.41 En septembre 1999, exactement trois mois après la tenue, par l'OMT, de la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme, ¹³ un groupe de travail intersecrétariats de l'OMT, de l'OCDE et

d'Eurostat fut chargé d'établir un cadre conceptuel commun pour définir la conception méthodologique du CST, en conformité avec les résolutions de la Conférence mondiale de Nice.

- 1.42 Le travail réalisé par les trois secrétariats conduisit à un accord sur les changements fondamentaux à apporter au document remis entre temps par l'OMT en décembre 1999 pour être soumis à la considération de la Commission statistique à sa trente et unième session, intitulé « Projet de compte satellite du tourisme : références méthodologiques ». ¹⁴ Les thèmes discutés et les modifications du texte visées par l'accord furent abordés dans un document de travail remis par l'OMT, l'OCDE et Eurostat à la Commission de statistique, qui contenait des propositions d'amendement au document.
- 1.43 A sa trente et unième session, la Commission Statistique approuva ¹⁵ le projet de document, avec ses amendements, qui forme le contenu des Recommandations concernant le cadre conceptuel. Au terme de ce processus, chacune des organisations concernées convint qu'elle était désormais en mesure d'encourager l'établissement d'un CST parmi leurs pays membres.

C. Contenu et structure du Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel

- 1.44 Le chapitre 1 du Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel représente une introduction générale aux recommandations. On y explique les raisons qui ont conduit à ces recommandations, les principaux aspects techniques sont résumés, l'utilité de l'application de ce nouvel instrument est soulignée et on présente un bref historique des étapes qui ont permis d'aboutir aux présentes recommandations.
- 1.45 Le chapitre 2, "L'approche par la demande: concepts et définitions", commence par une analyse de l'unité d'observation de base, le "visiteur", et donne une série d'indications en vue de l'application correcte des concepts liés à la consommation des visiteurs comme, par exemple, celui de dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces (sa composante principale) qui correspond à l'expression "dépenses des visiteurs" utilisée habituellement dans l'analyse du tourisme. Le chapitre 2 présente également d'autres concepts et définitions utilisés dans le cadre du CST tels que la définition et la mesure de la consommation des visiteurs, le lieu où la consommation des visiteurs est effectuée et d'autres aspects particuliers comme les services d'hébergement pour compte propre ou à titre gratuit et les services rendus au sein des ménages pour leur propre bénéfice.

- 1.46 Les autres paragraphes du chapitre 2 précisent le contenu des trois éléments qui composent la demande touristique totale, générée par les prestations centrées sur les visiteurs. La consommation du tourisme intérieur constitue l'agrégat central pour évaluer l'importance de la "demande directe des visiteurs" dans le pays de référence. Cependant, le concept de demande touristique peut être conçu de façon plus large. Dans le cadre des présentes recommandations, il est suggéré que la consommation des visiteurs pourrait être complétée par d'autres éléments de la demande, tels que la consommation touristique collective et la formation brute de capital fixe du tourisme, afin d'obtenir un agrégat élargi de la demande pouvant être classé comme « Demande touristique totale ».
- 1.47 Le chapitre 3, "L'approche par l'offre: concepts et définitions", porte sur l'offre de biens et services aux visiteurs. Il définit les activités productives, les produits qui seront au centre de l'analyse, ainsi que les variables économiques pertinentes liées à l'offre. L'analyse du tourisme du point de vue de l'offre est axée sur des unités de production du même type que celles retenues dans les tableaux entrées sorties du SCN 1993, à savoir les établissements. D'un point de vue fonctionnel, le SCN 1993 définit une « industrie » comme un "groupe d'établissements exerçant le même type d'activités de production". L'ensemble des activités caractéristiques du tourisme ne constitue pas une industrie unique répondant à cette définition ; en revanche, il comprend un certain nombre de catégories d'"industries" au sens de la CITI. Aussi le CST définit-il les "industries touristiques" comme tous les établissements dont l'activité productive principale est une activité productive caractéristique du tourisme. Certaines activités particulières, comme celles des agences de voyages et des voyagistes, sont également considérées.
- 1.48 Le chapitre 4, "Tableaux, comptes et agrégats", est l'élément central de la conception méthodologique du CST, et présente une série de 10 tableaux. Les tableaux provisoires proposés utilisent une certaine agrégation de produits et d'activités caractéristiques du tourisme et ils sont présentés suivant l'ordre habituel selon lequel ils doivent être préparés.
- 1.49 Plusieurs paragraphes du chapitre 4 indiquent spécifiquement la marche à suivre lors de l'élaboration de ces tableaux afin d'illustrer la cohérence soulignée préalablement aux chapitres 2 et 3 entre concepts, définitions et classifications et de faire ressortir les aspects jugés les plus importants.
- 1.50 Les annexes (I à V) se réfèrent aux classifications des produits et activités caractéristiques à utiliser et leur correspondance avec d'autres classifications internationales (le SCN 1993 ; la Classification centrale de produits (CCP), version 1.0 ¹⁶ ; la Classification internationale type, par Industrie, de toutes les branches d'activités économiques (CITI), révision 3 ¹⁷ ; et la CITAT). Elles contiennent une liste des produits spécifiques du tourisme ; une liste des produits caractéristiques du tourisme et des activités caractéristiques du tourisme ; une introduction générale au module « emploi » de l'OCDE, une proposition de classification d'actifs fixes produits pour la présentation des données sur la

formation brute de capital fixe du tourisme ; et une brève analyse du rapport existant entre le CST et le SCN 1993. Une bibliographie et un index ferment cette publication.

Notes

¹ Commission des Communautés européennes, Fonds monétaire international, Organisation de coopération et de développement économiques, Nations Unies et Banque mondiale, *Système de comptabilité nationale 1993* (Bruxelles/Luxembourg, New York, Paris, Washington, D.C., 1993).

² Voir *ibid.*, chap. XXI.

³ Voir « Résolutions de la Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme » (Organisation mondiale du tourisme, 1991).

⁴ Voir *Documents officiels du Conseil économique et social, soixante-deuxième session, supplément n° 2* (E/5910), § 74.

⁵ Publication des Nations Unies, numéro de vente : E.78.XVII.6.

⁶ Publication des Nations Unies, numéro de vente : 69.XVII.3.

⁷ Paris, Organisation de coopération et de développement économiques, 1991.

⁸ Publication des Nations Unies, numéro de vente : E.94.XVII.6.

⁹ *Ibid.*, première partie.

¹⁰ *Ibid.*, deuxième partie.

¹¹ *Documents officiels du Conseil économique et social, supplément n° 6* (E/1993/26), § 154.

¹² Voir *Journal officiel des Communautés européennes*, n° L 291 (6 décembre 1995).

¹³ Voir Organisation mondiale du tourisme, *Measurement of the Economic Impact of Tourism* (CD-Rom).

¹⁴ Études statistiques, série F, n° 80 (PROV/ST/ESA/STAT/SER.F/80).

¹⁵ Voir *Documents officiels du Conseil économique et social, 2000, supplément n° 4* (E/2000/24), § 18.

¹⁶ Publication des Nations Unies, numéro de vente : E.98.XVII.5.

¹⁷ *Ibid.*, numéro de vente : E.90.XVII.11.

Chapitre 2 L'approche par la demande : concepts et définitions

- 2.1 Le « tourisme » comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. Le terme "activité des personnes" renvoie à son acception générale en tant qu'occupation spécifique individuelle et non pas au sens qu'on lui donne lorsqu'on l'emploie de façon abrégée pour transmettre l'idée d'"activité économique productive", comme dans la CITI, rév.3, par exemple. ¹ Dans le cas du tourisme, les "activités des personnes" se rapportent aux occupations des individus qui répondent à la définition de "visiteurs".
- 2.2 Comme ces activités sont nombreuses et qu'elles ont des conséquences d'ordres très divers, on peut étudier le "tourisme" sous des perspectives très différentes, par exemple du point de vue de son effet sur l'environnement, sur la culture locale, sur le paysage ou sur l'infrastructure. Le CST s'intéresse essentiellement à l'effet du tourisme sur l'offre et la demande de biens et de services, sur le niveau général de l'activité économique et sur l'emploi. Le point de départ de cette analyse économique est la considération de l'activité des visiteurs comme une activité de consommation, dans son sens le plus large, qui se trouve au centre de l'aspect économique du tourisme ; par la suite, d'autres éléments permettront de compléter cette perspective.
- 2.3 Le tourisme étant défini comme l'activité de "personnes", la première étape consiste à préciser qui sont ces personnes, puisqu'elles sont au cœur de l'étude du tourisme, et ensuite les différentes composantes de la demande touristique seront définies.

A. Les visiteurs

- 2.4 Les personnes dont il est question dans la définition du tourisme sont appelées "visiteurs", terme visant "toute personne qui se déplace vers un lieu situé en dehors de son environnement habituel pour une durée inférieure à douze mois et dont le motif principal de la visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité" (Recommandations sur les statistiques du tourisme, Première Partie, paragraphe 20).
- 2.5 Une grande partie, et même la majorité, des activités économiques du tourisme dans un pays ont lieu pendant les déplacements des visiteurs. Cependant, le CST inclut également les activités de consommation des visiteurs potentiels avant leur voyage (telles que l'achat de matériel de camping, de bagages ou d'une police d'assurance-voyage) ou par les visiteurs après leur retour à leur domicile (comme par exemple le développement des pellicules photographiques de leur voyage).

Les maisons de vacances et autres résidences secondaires peuvent également générer une activité économique, même en l'absence de visiteurs, et le CST doit en tenir compte.

A.1. Environnement habituel

- 2.6 L'environnement habituel qui distingue un visiteur des autres voyageurs en un lieu donné est difficile à définir avec précision. De façon générale, il correspond aux limites géographiques à l'intérieur desquelles un individu se déplace pour les activités de sa vie courante. Ainsi que l'indiquent les Recommandations sur les statistiques du tourisme, l'environnement habituel d'une personne comprend la proximité immédiate de son domicile ainsi que le lieu où il travaille ou il étudie et d'autres endroits où il se rend fréquemment. Il présente une double dimension :
- Fréquence : les endroits fréquemment visités par une personne (d'une manière habituelle) sont considérés comme faisant partie de son environnement habituel même s'ils sont très éloignés de son lieu de résidence.
 - Distance : les endroits situés à proximité du lieu de résidence font aussi partie de l'environnement habituel d'une personne même si elle ne s'y que rend rarement.
- 2.7 Les organismes nationaux de statistiques peuvent souhaiter établir les limites de l'environnement habituel dans un sens statistique en prenant en compte les distances parcourues, la fréquence des visites, ou les limites officielles des localités ou autres unités territoriales administratives.
- 2.8 Il faut néanmoins souligner que si le lieu visité ne fait pas partie de l'environnement habituel d'une personne (le visiteur), cette dernière n'est pas considérée comme appartenant au groupe des "consommateurs résidents" habituels de ce lieu. Par définition, sa visite se traduira par une consommation supplémentaire dans le lieu visité, qui viendra s'ajouter à celle des consommateurs résidents. Cette dépense de consommation supplémentaire constitue la base de l'activité économique associée au tourisme et par conséquent se trouve au fondement même du CST.
- 2.9 Enfin, la notion d'environnement habituel est une notion économique et elle n'a pas grand-chose à voir avec la situation légale: les étrangers en situation irrégulière vivant dans un pays ont malgré tout leur environnement habituel à l'intérieur de ses frontières. Par ailleurs, le droit, au regard de la loi, de résider à un endroit ne signifie pas que la personne ait fait de cet endroit son environnement habituel.

A.1.1 Environnement habituel et résidence

- 2.10 Le concept d'environnement habituel, tel qu'il est défini dans les Recommandations sur les statistiques du tourisme, et celui de résidence, tel qu'il est défini dans le SCN 1993 et dans la cinquième édition du Manuel de la Balance des paiements ² ne sont pas synonymes. L'endroit où une personne travaille fait manifestement partie de son environnement habituel mais n'est pas nécessairement son lieu de résidence.
- 2.11 De façon générale, dans les statistiques démographiques, la résidence est une caractéristique des ménages alors que, dans les statistiques du tourisme, l'environnement habituel est une caractéristique des individus, dont chacun est rattaché à un seul ménage. Deux individus faisant partie d'un même ménage ont nécessairement un même lieu de résidence, mais leur environnement habituel peut différer.
- 2.12 Sur la base de ces concepts généraux, certaines conventions ont été adoptées dans le tourisme qui sont aussi valables pour le CST. Il s'agit des conventions suivantes :
- Selon la définition des Nations Unies/OMT, les déplacements entre le lieu de résidence et le travail constituent des voyages mais ne relèvent pas d'une activité touristique (Recommandations sur les statistiques du tourisme, première partie, paragraphe 22).
 - Un individu qui quitte son lieu de résidence dans l'intention de s'installer ailleurs ne doit pas être considéré comme un visiteur dans ce nouveau lieu de résidence, même s'il n'y habite pas encore depuis un an. Ce nouveau lieu de résidence fait désormais partie de son nouvel environnement habituel.
 - Quand un individu se trouve à un endroit depuis plus d'un an, cet endroit est considéré comme faisant partie de son environnement habituel. Cette personne ne peut donc pas être assimilée à un visiteur de cet endroit, même si elle n'en est pas un résident au sens économique ou juridique du terme.
- 2.13 Les étudiants qui se rendent à l'étranger pour des périodes parfois supérieures à un an, et qui continuent de dépendre économiquement de leur famille sont considérés comme faisant partie du ménage de leur famille. Ils sont donc résidents du lieu où se trouve le centre d'intérêt économique de leur ménage, mais leur environnement habituel inclut également leur université et l'endroit où ils habitent. Les malades qui séjournent pendant plus d'un an dans un hôpital ou dans un établissement assimilé relativement éloigné de leur résidence d'origine font toujours partie de leur ménage d'origine si des liens économiques les y rattachent, bien que leur environnement habituel comprenne à présent l'hôpital où ils séjournent. Le même principe est applicable aux détenus condamnés à une longue peine d'incarcération. Toutes ces personnes ne sont pas des visiteurs pour les lieux où elles résident à présent. Par contre, si d'autres membres de leur

ménage d'origine se déplacent pour venir les voir, ceux-ci auront alors la qualité de visiteur des lieux concernés.

A.1.2 Environnement habituel et résidences secondaires

- 2.14 Pour chaque ménage, il existe un logement qui est considéré, aux fins de la statistique, comme la maison et la résidence principale de ce ménage. Tous les autres logements (qu'ils soient loués ou de leur propriété) occupés par ce ménage seront considérés comme des résidences secondaires.
- 2.15 Pour être considérée une résidence secondaire, ce logement doit présenter une ou plusieurs des caractéristiques suivantes:
- Constituer l'environnement habituel d'un ou plusieurs membres du ménage sans être la résidence principale de ce ménage;
 - Être une maison de vacances, c'est-à-dire une maison visitée par un ou plusieurs des membres du ménage pour des loisirs, des vacances ou toute autre activité différente d'une activité rémunérée dans le lieu en question;
 - Être visitée de temps en temps par un ou plusieurs membres du ménage pour des raisons professionnelles.
- 2.16 A des fins d'analyse du tourisme, il est important d'identifier si la visite à une résidence secondaire par un membre du ménage peut être considérée comme une activité touristique. Par définition, on considère comme visiteur un membre quelconque du ménage visitant une résidence secondaire qui ne se trouve pas dans son environnement habituel. Cette situation se produit lorsqu'il s'agit d'une visite à la résidence secondaire pour loisir ou détente, à condition que la résidence secondaire ne soit pas le lieu de travail, ou le lieu à partir duquel se produit le déplacement au lieu de travail, ou le lieu où il exerce une activité rémunérée.
- 2.17 Une résidence secondaire peut être située dans la même économie nationale que la résidence principale du ménage ou dans une économie nationale différente.

A.2. Durée du séjour

- 2.18 Pour être considéré comme une activité touristique, le séjour d'un voyageur dans un lieu qu'il visite doit être d'une durée inférieure à douze mois consécutifs. Comme nous l'avons expliqué ci-dessus, lorsqu'un visiteur séjourne à un endroit pendant plus d'un an, cet endroit devient partie intégrante de son environnement habituel et l'intéressé cesse d'y être considéré comme un visiteur. Par ailleurs, les personnes qui suivent des cycles de formation ou effectuent des séjours de courte durée (universités d'été, colonies de vacances, traitement médical de courte durée...) sont considérées comme des visiteurs de l'endroit où cette prestation a lieu.
- 2.19 Il existe deux catégories de visiteurs: les touristes, qui passent une ou plusieurs nuits dans le lieu visité ; et les visiteurs de la journée (ou excursionnistes), qui ne passent pas de nuit dans le lieu visité.
- 2.20 En règle générale, les visiteurs de la journée sont des visiteurs résidents ou visiteurs internes (Recommandations sur les statistiques du tourisme, première partie, paragraphe 28), mais il peut aussi s'agir d'excursionnistes internationaux. Pour certains pays, la consommation des visiteurs de la journée peut représenter une part importante des dépenses touristiques.
- 2.21 Les visiteurs en transit sont une catégorie particulière de visiteurs, relevant du tourisme international ou du tourisme interne, qui peuvent être soit des excursionnistes soit des touristes. Les visiteurs en transit ne regagnent pas immédiatement le lieu d'origine de leur voyage mais sont de passage, en route vers une autre destination et s'arrêtent dans ce lieu ou ce pays. Cette catégorie comprend à la fois les visiteurs juridiquement en transit parce qu'ils restent dans une zone de transit et qu'ils n'entrent donc pas à proprement parler dans le pays au sens douanier du terme (situation normalement associée à des visiteurs arrivant en avion) ainsi que les visiteurs de passage à un endroit ou sur le territoire d'un pays pour se rendre dans une destination différente (il s'agit le plus souvent de personnes se déplaçant par la route ou par le rail). En général, les visiteurs en transit seront des excursionnistes, mais dans certains cas, il peut y avoir un nombre important de visiteurs en transit qui passent la nuit dans le pays de référence. Il pourrait alors être intéressant d'identifier les visiteurs en transit, ou des sous-catégories de ces visiteurs, tant sous l'angle numérique que du point de vue de leur poids économique.

A.3. Motif de la visite

- 2.22 Dans le langage courant, les touristes sont des individus qui voyagent pour leur plaisir, pour la détente et les vacances. Cependant, les définitions de visiteurs et de touristes retenues par le CST sont bien plus larges et englobent tous les

individus qui voyagent ou visitent un endroit pour un motif autre que celui "d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité" (Recommandations sur les statistiques du tourisme, Première Partie, paragraphe 20). Cette définition est donc conforme au concept de l'environnement habituel, puisqu'il correspond au lieu où une personne vit et travaille habituellement. Dès lors, une personne voyageant pour affaires ou pour des motifs commerciaux peut être ou non considérée comme un touriste, selon l'endroit d'où elle est payée et la façon dont elle exerce son activité.

2.23 En fonction du motif principal de leur visite, les touristes et les visiteurs de la journée peuvent être classés dans les catégories suivantes (Recommandations sur les statistiques du tourisme, première partie, paragraphe 44):

- Loisirs, détente et vacances,
- Visites à des parents et amis,
- Affaires et motifs professionnels,
- Traitement médical,
- Religion, pèlerinages,
- Autres.

Cependant, dans les tableaux proposés dans le Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel, la classification par motifs n'a pas été utilisée.

A.4. Classification des visiteurs

2.24 Les pays peuvent également segmenter leurs marchés et les définir davantage en fonction d'autres caractéristiques des visiteurs et de leurs voyages.

2.25 Deux catégories particulières sont prises en considération (Recommandations sur les statistiques du tourisme, première partie, paragraphes 28 et 33) :

- **Les visiteurs internationaux**, dont le pays de résidence est différent du pays visité; cette catégorie de visiteurs comprend également les nationaux résidant à l'étranger de façon permanente, qui peuvent représenter un segment important du marché, avec des caractéristiques spéciales;
- **Les visiteurs internes**, dont le pays de résidence est le pays visité; il peut s'agir de nationaux de ce pays ou d'étrangers.

2.26 Il convient de noter qu'il y a des cas où du fait que la résidence d'un individu diffère de son environnement habituel, celui-ci ne doit pas forcément traverser la frontière géographique d'un pays pour mériter la qualification de visiteur international. C'est le cas du personnel militaire en service actif affecté à une

base située dans un pays autre que le pays de résidence, et aussi des diplomates et de leur famille (SCN 1993, paragraphe 14.19). L'ambassade (ou le consulat) d'un pays est considérée comme constituant une extension physique et juridique du territoire de ce pays, quel que soit le lieu où elle est située. Par conséquent, lorsqu'un diplomate, sa famille ou son personnel voyage à l'intérieur du pays d'affectation, ils sont considérés comme visiteurs internationaux, mais ce n'est pas le cas lorsqu'ils entrent dans le pays d'accueil.

- 2.27 Ces distinctions, qui sont obligatoires pour un traitement cohérent des activités des visiteurs dans le cadre des conventions sur les statistiques du tourisme et de la comptabilité nationale, peuvent néanmoins faire apparaître des différences (mineures) entre les mouvements des visiteurs internationaux résultant des statistiques collectées aux frontières et le nombre des individus considérés comme visiteurs dans l'économie concernée.

B. Consommation des visiteurs

B.1. Définition de la consommation des visiteurs

- 2.28 Selon les Recommandations sur les statistiques du tourisme, "la consommation touristique, sauf en ce qui a trait à la consommation intermédiaire des entreprises, correspond donc à la notion de "consommation finale" dans la comptabilité nationale, sans tenir compte du type de consommateur". Les présentes recommandations du CST demeurent largement à l'intérieur des limites de cette définition générale mais analysent en détail de nombreux problèmes de délimitation posés par la consommation des visiteurs. Les paragraphes qui suivent ont pour objet de clarifier la définition, aujourd'hui bien connue, de la consommation des visiteurs : "dépense totale de consommation effectuée par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur pour et pendant son voyage et son séjour dans le lieu de destination" (Recommandations sur les statistiques du tourisme, première partie, paragraphes 84 et 85).
- 2.29 La consommation des visiteurs est analysée à la lumière de la définition des comptes nationaux dans un souci de correspondance exacte entre le CST et la norme internationale qui régit la comptabilité nationale, tel que précisé sur le SCN 1993. Cependant, le choix du traitement tient souvent à des problèmes spécifiques du tourisme pour lesquels les comptabilités nationales fournissent peu d'indication.
- 2.30 Avant d'entrer dans le détail, deux remarques importantes s'imposent :
- Premièrement, la consommation individuelle relève d'activités menées par des individus, les ménages dont ils font partie ainsi que par des entreprises, des administrations publiques et des institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM). De la même façon que le visiteur se situe au cœur de

l'activité touristique, sa consommation est au cœur de la mesure économique du tourisme. Le visiteur est considéré comme un type particulier d'unité de consommation individuelle, qui se distingue des autres individus par le fait qu'il se trouve en dehors de son environnement habituel et qu'il parcourt ou qu'il visite un endroit dans un but autre que l'exercice d'une activité rémunérée à l'endroit visité. Ceci mis à part, il se comporte comme un consommateur ordinaire, de sorte que les caractéristiques de l'activité de consommation décrites dans le SCN 1993 valent aussi pour les visiteurs ;

- Deuxièmement, la mesure de la consommation des visiteurs est compliquée par le fait que, selon la nature de l'agent économique en cause (visiteur ou non-visiteur), telle ou telle transaction fait partie de la consommation des visiteurs ou en est exclue.

B.2 La consommation finale des ménages dans le SCN 1993

- 2.31 Le SCN 1993 précise une série de concepts associés à la consommation finale des ménages. Il fait la différence entre les concepts de : dépense en biens et services de consommation, dépense de consommation finale des ménages et consommation finale effective des ménages. Ce faisant, il tient compte des particularités de ce que l'on appelle les "services individuels non marchands", pour lesquels on peut identifier les bénéficiaires. A cet égard, le SCN 1993 fait la différence entre l'unité institutionnelle qui paie les services et celle qui en bénéficie, et il propose une méthode pour transférer la consommation d'une unité à l'autre.
- 2.32 Les dépenses se définissent comme la valeur des montants que les acheteurs paient ou acceptent de payer aux vendeurs en échange de biens ou de services que les vendeurs leur fournissent ou qu'ils fournissent à d'autres unités institutionnelles désignées par les acheteurs.
- 2.33 "Un bien ou un service de consommation se définit comme un bien ou un service qui est utilisé (sans transformation ultérieure dans la production, comme le définit le Système) par les ménages... pour la satisfaction directe de leurs besoins individuels (SCN 1993, paragraphe 9.4). Afin d'établir des limites de la consommation, les comptes nationaux font exclusion de la plupart des services produits au sein des ménages, tel que la préparation de repas. Les aliments achetés pour le repas sont considérés comme des biens de consommation car il n'y a pas d'autre transformation (économique) et, par conséquent, il n'y a pas de consommation additionnelle. L'essence achetée pour la voiture du ménage est, elle aussi, considérée comme un bien de consommation, pour la même raison, étant donné qu'aucun service n'est rattaché à l'utilisation personnelle d'un véhicule par un ménage.

- 2.34 La dépense de consommation finale des ménages comprend "les dépenses, y compris les dépenses imputées, des ménages résidents en biens et services de consommation individuels, y compris ceux vendus à des prix qui ne sont pas économiquement significatifs » (SCN 1993, paragraphe 9.94). La dépense de consommation finale exclut la dépense en actifs fixes sous forme de logements et la dépense en objets de valeur. Les dépenses imputées correspondent à la valeur de la production de biens par les ménages pour leur propre utilisation finale ou tout autre transfert ou opération en nature entre des unités institutionnelles, à l'exception des transferts sociaux en nature. Il est à souligner que les biens et services reçus de l'employeur comme salaires en nature sont inclus dans la dépense de consommation finale des ménages. Sont également inclus la valeur des services rendus par les logements occupés par leurs propriétaires. Cependant, en général, il n'y a pas d'imputation pour les autres types de services pour compte propre.
- 2.35 C'est ainsi que se définit un premier agrégat important, la "dépense de consommation finale des ménages", mais on a vu plus haut que dans le cas de la consommation effective, il n'est pas nécessaire que l'agent qui engage les dépenses soit celui qui effectue la consommation. Il est précisé dans le SCN 1993 qu'il existe beaucoup de services consommés par les ménages mais qui sont en réalité payés par l'État ou des ISBLSM. Pour permettre une mesure plus exacte de la consommation, le SCN 1993 a introduit les notions de services non marchands individuels et de services non marchands collectifs. Les services non marchands individuels sont les services produits par des administrations publiques ou des ISBLSM et dont on peut dire qu'ils sont directement consommés par les particuliers (comme les services de santé ou d'éducation). Les services non marchands collectifs, rendus uniquement par des administrations publiques, se composent de services d'intérêt plus général (les biens publics) comme la défense, le système judiciaire et la politique gouvernementale. Il importe de préciser que, dans le domaine du tourisme, l'existence d'un service non marchand individuel exige qu'un lien soit clairement établi entre le prestataire du service et un individu.
- 2.36 Les concepts de consommation individuelle et de consommation collective découlent de ces notions de services non marchands individuels et collectifs. Les dépenses de consommation individuelle totales comprennent, en plus des dépenses de consommation finale des ménages, la consommation de services non marchands individuels produits par les administrations publiques et les ISBLSM. Le transfert de ces services non marchands individuels aux ménages qui les consomment apparaissent dans le SCN 1993 sous la rubrique transferts sociaux en nature. Les transferts sociaux en nature incluent :
- Les prestations de sécurité sociale et d'assistance sociale en nature, c'est-à-dire sous la forme de biens, services ou actifs non financiers ;

- Les autres services individuels rendus à des ménages individuellement identifiés par des administrations publiques ou des OPSBLSM. Il s'agit en généra services de santé, d'éducation et d'assistance sociale rendus à des particuliers à titre gratuit ou pour un prix symbolique, qui ne sont pas économiquement significatifs.

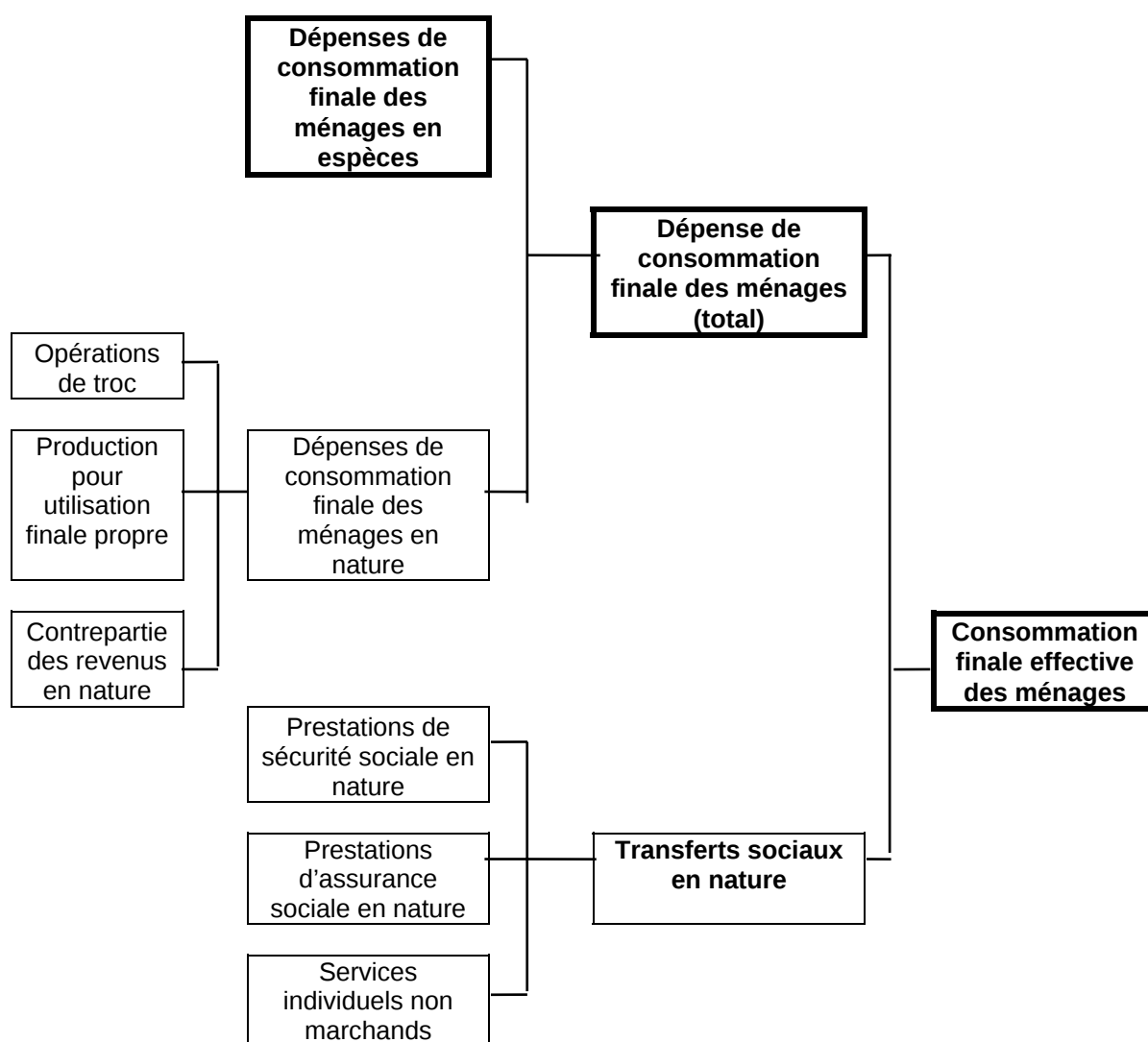
2.37 La possibilité de prendre en compte les dépenses de consommation individuelle et collective dans les comptes nationaux permet de comparer des situations dans lesquelles les transferts en nature présentent une importance relative différente. Dans certains pays, où les administrations publiques assurent des services d'éducation et de santé à titre gratuit ou pour un coût très modique, la structure et l'importance relative des dépenses de consommation finale des ménages sont différentes de ceux qu'on peut observer dans les pays où ces services sont vendus sur le marché ou à prix de marché. En incluant les transferts sociaux en nature, on limite sensiblement ces disparités de structure, et on améliore la comparabilité entre les pays.

2.38 Par conséquent, le second agrégat important, celui de « Consommation finale effective des ménages », se mesure par la valeur de tous les biens et services individuels de consommation acquis par les ménages résidents, à savoir:

- Ceux acquis moyennant une dépense directe des ménages eux-mêmes ou qui leur est imputée (consommation pour leur propre utilisation finale ou biens et services acquis auprès d'autres unités institutionnelles comme transferts en nature), connus sous le nom de dépense de consommation finale des ménages;
- Ceux acquis au titre de transferts sociaux en nature effectués par des OPSBLSM;
- Ceux acquis au titre de transferts sociaux en nature effectués par les administrations publiques.

2.40 La figure 2.1 résume ces relations entre les différents éléments constitutifs de la consommation.

Figure 2.1
Différents éléments constitutifs de la consommation finale effective des ménages



B.3. Consommation des visiteurs par le biais des entreprises, des administrations publiques et des ISBLSM

- 2.39 La définition des visiteurs englobe non seulement les personnes qui voyagent pour leurs vacances ou pour des raisons personnelles, mais aussi celles qui voyagent pour affaires. Leurs dépenses de consommation peuvent être payées par des entreprises, des administrations publiques ou des ISBLSM. Elles s'inscrivent donc dans la consommation des visiteurs, mais elles n'entrent pas toujours dans le champ des dépenses de consommation finale ou effective des ménages.
- 2.40 Telle qu'elle est définie dans le SCN 1993, la consommation intermédiaire des entreprises, des administrations publiques et des ISBLSM reflète la consommation qui fait partie du processus de production d'un bien ou d'un service. Pour les administrations publiques et les ISBLSM, les opérations sont enregistrées différemment étant donné que, selon les conventions de la comptabilité nationale, la valeur de leur production est calculée par la somme de leurs coûts de production, et c'est cette production qui est alors traitée comme une dépense de consommation finale des administrations publiques et des ISBLSM.
- 2.41 La notion de transferts sociaux en nature ne vaut pas pour les dépenses de consommation des entreprises, administrations publiques ou ISBLSM, de sorte que la consommation ne couvre pas un champ aussi large que dans le cas des ménages. A cet égard, une autre différence tient au fait que les salaires versés en nature ou en espèces par les employeurs ne font pas partie de la consommation intermédiaire des entreprises. Par contre, ils sont traités dans les comptes des employeurs comme une rémunération des salariés.

B.4. Champ et composantes de la consommation des visiteurs

- 2.42 Le champ de la consommation des visiteurs peut être déterminé à la lumière des définitions données dans le SCN 1993 pour la consommation finale effective des ménages, la consommation intermédiaire des entreprises et la consommation finale des administrations publiques et ISBLSM. Trois points sont à signaler :
- La consommation des visiteurs comprend les dépenses de consommation effectuées pour affaires, dans un but d'agrément ou à d'autres fins touristiques ;
 - La consommation des visiteurs comprend les services individuels produits par les administrations publiques et les ISBLSM et consommés par les visiteurs ;
 - La consommation des visiteurs inclut les dépenses de consommation en nature de divers types.

2.43 La consommation des visiteurs qui représente le concept fondamental de l'approche par la demande, résulte de ces considérations et ses composantes s'établissent comme suit :

- Dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces. Elles constituent toujours la principale composante de la consommation ;
- Dépenses de consommation finale des visiteurs en nature ;
- Transferts sociaux en nature au titre du tourisme (transferts sociaux touristiques en nature) ;
- Dépenses touristiques des unités productives.

B.4.1 Lieu de la consommation du visiteur

2.44 La notion de résidence se prête à différentes interprétations qui sous-tendent les catégories de consommation traditionnelles dans les comptabilités nationales et qu'il importe d'adapter au cas du tourisme. Ces différences ne changent en rien les idées forces présentées plus haut mais elles signifient que les limites de la consommation des visiteurs doivent être précisées avec soin parce que le SCN 1993 n'en fait pas état. Les questions concernant le lieu de consommation des visiteurs sont traitées plus en détail aux paragraphes 2.60 à 2.67 ci-après.

B.4.2. Champ des produits de consommation touristique

2.45 De façon générale, tous les biens et services acquis par un visiteur ou pour son compte et qui selon le SCN 1993 seraient considérés comme faisant partie de ses dépenses de consommation effective sont inclus dans la consommation des visiteurs. Aucun bien ou service de consommation n'est exclu de par sa nature. Aucune transaction n'est donc initialement exclue lorsqu'il s'agit de déterminer le champ des produits concernés. Certaines limites doivent cependant être fixées. Cela pourra être fait en restreignant directement l'éventail des produits et des transactions à considérer, ou en limitant l'éventail des opérations à une certaine catégorie d'agents économiques.

2.46 La première règle générale est la suivante : quand un produit est acquis par un visiteur à l'occasion d'un ou de plusieurs voyages, ou pendant les préparatifs d'un voyage, il est inclus. On trouvera au paragraphe 2.54 plus de détails sur le moment où les achats doivent avoir lieu et sur la gamme des produits en rapport avec un voyage.

2.47 Il est nécessaire d'apporter deux clarifications, à caractère général. Premièrement, certains paiements liés à un voyage et effectués par les visiteurs sont exclus de la consommation des visiteurs par les conventions du SCN 1993,

du fait que ce sont des paiements qui ne correspondent pas à l'achat de biens et de services de consommation. C'est le cas par exemple :

- du paiement de taxes et de droits non prélevés sur des produits;
- du paiement des intérêts, y compris ceux relatifs aux dépenses encourues pour ou pendant le voyage ³ (net des Services des intermédiaires financiers mesurés indirectement (SIFMI) correspondant au visiteur) ;
- de l'achat d'actifs financiers ou non financiers, y compris des terrains, des œuvres d'art et autres valeurs ;
- de tous les transferts en espèces tels que les donations à des organismes de bienfaisance ou à des particuliers, qui ne correspondent pas à un paiement de biens ou de services.

2.48 Deuxièmement, tout achat effectué à des fins commerciales lors d'un voyage, c'est-à-dire en vue d'une revente ou d'une utilisation dans un processus de production ou au nom de son employeur, par un visiteur en voyage d'affaires, est exclu (ces achats sont considérés soit comme une consommation intermédiaire ou comme une formation brute de capital fixe de l'unité de production).

B.4.3. Biens de consommation durables

2.49 Le traitement des biens de consommation durables est une question plus délicate. Ils sont définis comme des biens « qui peuvent être utilisés aux fins d'une consommation répétée ou continue sur une période d'un an ou supérieure à un an, moyennant un taux d'usure physique normal ou moyen" (SCN 1993, paragraphe 9.38). Ces biens requièrent un traitement spécial dans le cadre de la présente proposition, car ils peuvent être achetés à tout moment – au cours des voyages, en vue d'un voyage, après un voyage ou en dehors du contexte de tout voyage – et avoir de multiples usages.

2.50 Dans le CST, il est tenu compte de deux catégories différentes de biens de consommation durables:

- Les biens de consommation durables à finalité touristique unique, à savoir les biens utilisés presque exclusivement au cours de voyages, comme les bagages, le matériel de camping (tentes, sacs de couchage, caravanes), le matériel de ski, le matériel de plongée;
- Les biens de consommation durables à usages multiples, à savoir ceux qui servent non seulement en voyage mais également dans l'environnement habituel, tels que les voitures et les appareils photographiques.

2.51 Les catégories de biens de consommation durables ne sont pas définis avec grande précision ; cependant, pour faciliter les comparaisons internationales, il pourrait être utile de dresser une liste de biens de consommation durables à considérer dans le futur.

2.52 Le traitement des biens de consommation durables suit la convention suivante :

- Tous les biens de consommation durables à finalité touristique unique seront inclus quelque soit le moment de l'achat : pendant un voyage, en vue d'un voyage, après un voyage ou en dehors du contexte d'un voyage spécifique ;
- Seuls les biens de consommation durables à usage multiple achetés au cours d'un voyage seront inclus.

2.53 Deux commentaires additionnels sur les biens de consommation durables sont nécessaires :

- Pour tout bien de consommation durable acheté pendant un voyage mais vendu une fois le voyage terminé (par exemple, une voiture), la valeur à prendre en compte dans la consommation des visiteurs est égale à la différence entre le prix d'achat original et le prix obtenu par le visiteur lors de la revente ; les coûts d'utilisation ne sont pas pris en compte (les achats à des fins commerciales ne sont pas couverts par ce traitement) ;
- Comme certains biens de consommation durables achetés pendant un voyage peuvent représenter une grande valeur unitaire (comme par exemple les voitures et les bateaux), certains pays pourront trouver intéressant de les répertorier et d'effectuer des analyses tantôt en les incluant, tantôt en les excluant. Toutefois, pour les besoins des comparaisons internationales, tous les achats effectués pendant un voyage doivent être inclus dans les dépenses de consommation des visiteurs.

B.4.4. Moment de l'achat

2.54 Ainsi qu'on l'a vu pour le traitement des biens de consommation durables, le moment de l'achat peut être une variable cruciale pour établir le champ de la consommation des visiteurs. Voici comment s'établissent les limites des dépenses de consommation des visiteurs sous l'angle temporel :

- Pendant le voyage :
 - Toute consommation, quelle que soit la nature du bien ou du service concerné, pourvu qu'il s'agisse d'une transaction que le SCN 1993 inclut dans les dépenses de consommation finale effective des ménages, y compris :
 - Tous les biens de consommation durables achetés pendant un voyage (à des fins non commerciales) ;

- Les dépenses classées comme dépenses touristiques des unités productives puisque l'éventail des produits est le même pour ce groupe de dépenses ;
- Avant le voyage :
 - Toutes les dépenses en services de consommation engagés avant le voyage et manifestement liés au voyage (vaccinations, passeport, visite médicale) ;
 - Tous les biens de consommation de faible valeur achetés avant le voyage et destinés à être consommés ou offerts pendant le voyage ;
 - Tous les achats de biens de consommation durables à finalité touristique unique ;
- Après le voyage :
 - Tous les biens et services de consommation achetés après le voyage et manifestement liés au voyage (développement photographique) ;
- En dehors du cadre d'un voyage précis :
 - Tous les achats de biens de consommation durables à finalité touristique unique.

B.4.5. Transferts sociaux touristiques en nature

2.55 A propos de la consommation finale des ménages, on a signalé que les nouvelles normes de comptabilité nationale font une place à la consommation des services non marchands individuels rendus par des administrations publiques ou des ISBLSM. Ces services pouvant être absorbés par les visiteurs, les transferts sociaux en nature reçus des administrations publiques et des ISBLSM, qui représentent cette consommation, sont considérés comme faisant partie de la consommation des visiteurs. Ces services non marchands individuels comprennent, par exemple, les services de santé rendus aux visiteurs (comme les cures thermales) et des activités telles que les visites dans les musées, où le coût total de ces services peut ne pas être entièrement imputé aux visiteurs individuels (il est à noter que le coût explicite correspondant aux musées, etc. sont inclus dans la consommation des visiteurs en espèces). Pour déterminer les services à inclure dans cette catégorie, le principal élément à vérifier est l'existence d'un lien manifeste entre le visiteur et le prestataire du service. L'évaluation de cette partie de la consommation des visiteurs peut poser des difficultés.

B.4.6. Dépenses touristiques des unités productives

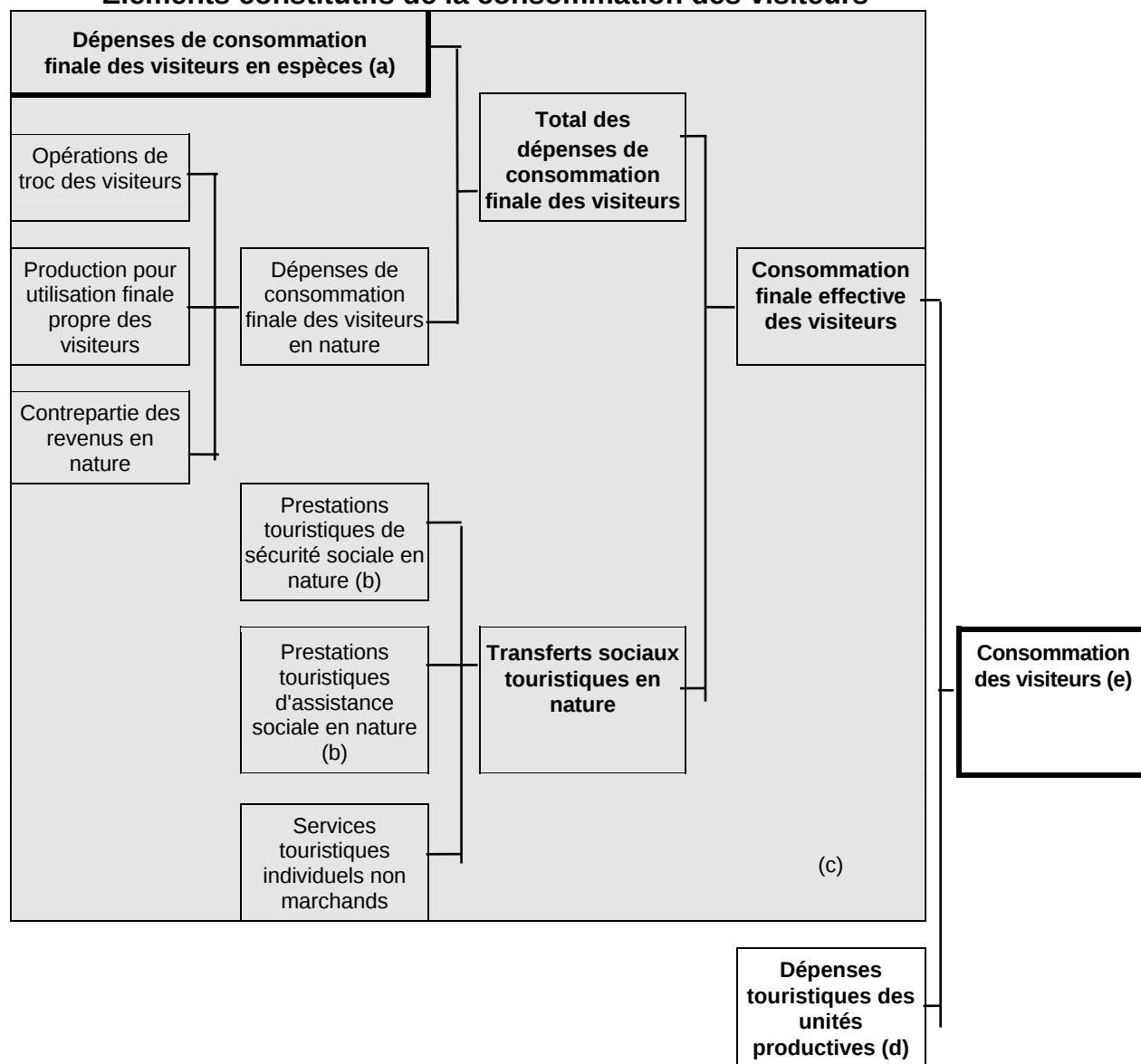
2.56 Il importe de préciser ce que l'on entend par dépense touristique des unités productives. Elle comprend les dépenses touristiques classées comme des dépenses de consommation intermédiaire des entreprises, des administrations publiques et des ISBLSM et ne comprend pas certaines autres dépenses effectuées par les employés en voyage d'affaires et payées par les entreprises comme les indemnités de repas ou les sommes forfaitaires allouées aux employés pour couvrir leurs autres frais de voyage que l'on considère comme des

rémunérations en nature ou en espèces. En conséquence, les dépenses touristiques des unités productives ne représentent pas la totalité de la consommation des visiteurs en voyage d'affaires. Elles ne comprennent pas non plus les transferts sociaux en nature provenant des administrations publiques et des ISBLSM, qui, par définition, ne font pas partie de leur consommation intermédiaire.

B.4.7. La consommation des visiteurs en résumé

- 2.57 Comme il ressort des paragraphes précédents, la consommation des visiteurs va au-delà des achats effectués par les visiteurs durant leurs voyages. Elle comprend également toutes les dépenses de biens et de services effectuées au nom des visiteurs par d'autres unités institutionnelles.⁴ Lorsque des espèces ou des actifs financiers sont transférés aux visiteurs pour leur permettre de payer leur voyage, les achats ainsi financés sont inclus dans la consommation des visiteurs. La consommation des visiteurs inclut également toutes les formes de transferts en nature et autres opérations dont bénéficient les visiteurs, lorsque ce ne sont pas des espèces ou des actifs financiers qui sont transférés aux visiteurs mais des biens et services (par conséquent, la consommation de services non marchands individuels en fait donc partie). En gros, sont comprises toutes les opérations qui présentent un lien direct entre le visiteur et le producteur ou prestataire du bien ou du service.
- 2.58 Compte tenu de la définition qui est donnée dans le SCN 1993 de la consommation finale effective des ménages, et de la nécessité de prendre en compte les dépenses touristiques des unités productives, la consommation des visiteurs peut être représentée sous la forme schématique présentée figure 2.2. Ce graphique montre de quoi se compose la consommation des visiteurs et en quoi elle est liée aux concepts de la comptabilité nationale expliqués plus haut dans ce chapitre 2. En particulier, la terminologie utilisée a été choisie dans le souci de refléter celle utilisée la figure 2.1 pour la comptabilité nationale.

Figure 2.2
Éléments constitutifs de la consommation des visiteurs



- (a) Il s'agit toujours de la composante la plus importante du total de la consommation des visiteurs ou pour le compte des visiteurs. C'est ce que signifie généralement l'expression "dépense des visiteurs", mais le SCN 1993 oblige à utiliser des termes définis avec plus de précision. L'expression "en espèces" n'implique pas forcément un déboursement fait "en espèces", mais vise toutes les dépenses de consommation finale des visiteurs qui ne sont pas en nature.
- (b) Le terme "touristiques" vise les transferts à des fins touristiques destinés à des visiteurs potentiels.
- (c) La zone en grisé représente la part de la consommation totale des visiteurs ou pour le compte des visiteurs qui correspond strictement à la transposition pour les visiteurs (aussi bien résidents que non-résidents) du concept de consommation finale effective des ménages du SCN 1993.
- (d) Comprend exclusivement les dépenses de transport et de logement des salariés en voyage d'affaires et les dépenses encourues par les entreprises, les administrations publiques et les ISBLSM pour le compte d'invités en dehors de leur environnement habituel.
- (e) La consommation des visiteurs comprend la consommation totale des visiteurs ou pour le compte des visiteurs et elle pourrait donc aussi être appelée "demande des visiteurs".

- 2.59 Les dépenses touristiques des unités productives ont été incluses dans la figure pour donner un tableau complet de la consommation des visiteurs ; elles couvrent seulement les biens et les services consommés par les visiteurs en voyage d'affaires et qui sont considérées comme des dépenses de consommation intermédiaire des unités de production correspondantes. Les autres dépenses réalisées par les visiteurs en voyage d'affaires peuvent entrer dans certaines des autres catégories indiquées dans la figure.

B.5. Lieu où la consommation des visiteurs est effectuée

- 2.60 Il importe de bien comprendre qu'alors que la consommation des visiteurs est toujours liée à des personnes qui voyagent ou prévoient de voyager en dehors de leur environnement habituel, l'acquisition de biens et de services peut très bien intervenir dans l'environnement habituel du visiteur, que cela soit dû à la nature du bien ou du service acheté (par exemple un billet d'avion doit être acheté dans l'environnement habituel, même s'il est considéré comme consommé durant le voyage) ou du fait que cette acquisition intervient avant ou après le voyage mais est manifestement liée à celui-ci.
- 2.61 Il n'est donc pas évident de déterminer le lieu de la consommation du visiteur en se basant sur l'itinéraire ou la destination de celui-ci. Il est important de localiser géographiquement ces dépenses afin d'analyser leur impact sur une économie. C'est vrai lorsque les comptes sont établis à l'échelon national et bien plus encore lorsqu'ils le sont établis à l'échelon sous-national. Sur la base des types et catégories de tourisme et compte tenu du fait que la consommation est une activité des visiteurs, on peut distinguer les agrégats suivants à partir des différentes formes de tourisme : ⁵

Tourisme interne : tourisme des visiteurs résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence.	Consommation du tourisme interne : consommation des visiteurs résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence.
Tourisme récepteur : tourisme des visiteurs non-résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence.	Consommation du tourisme récepteur : consommation des visiteurs non-résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence et/ou celle fournie par les résidents.
Tourisme émetteur : tourisme des visiteurs résidents en dehors du territoire économique du pays de référence.	Consommation du tourisme émetteur : consommation des visiteurs résidents en dehors du territoire économique du pays de référence.

Tourisme intérieur : tourisme des visiteurs tant résidents que non-résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence.	Consommation du tourisme intérieur : consommation des visiteurs tant résidents que non-résidents dans les limites du territoire économique du pays de référence et/ou celle fournie par les résidents.
Tourisme national : tourisme des visiteurs résidents dans les limites et en dehors du territoire économique du pays de référence.	Consommation du tourisme national : consommation des visiteurs résidents dans les limites et en dehors du territoire économique du pays de référence.

- 2.62 La consommation du tourisme interne est la consommation associée aux visiteurs résidents à l'intérieur de leur pays de résidence. La destination finale du visiteur peut être à l'intérieur ou à l'extérieur du pays de référence, mais l'activité de consommation à laquelle s'applique cette expression doit se situer à l'intérieur du pays. Cette consommation peut comprendre des biens ou même des services produits à l'étranger ou par des non-résidents mais vendus dans le pays (biens et services importés). Il est à souligner que cette définition est plus large que l'interprétation commune du terme « interne » dans le cadre des statistiques du tourisme (qui se réfère aux résidents qui voyagent ou qui séjournent dans le pays) ; dans ce contexte, la consommation du tourisme interne comprend ce qui traditionnellement était identifié comme la partie interne de la consommation du tourisme émetteur.⁶
- 2.63 La consommation du tourisme récepteur est la consommation associée aux visiteurs non-résidents à l'intérieur du territoire économique du pays de référence. Les achats réalisés dans d'autres pays sont exclus (pour tous achats réalisés à travers les agents de voyage et les opérateurs touristiques, voir paragraphes 4.16 et 4.19). Les biens et services achetés dans le pays recenseur peuvent avoir été importés.
- 2.64 La consommation du tourisme émetteur est la consommation associée aux visiteurs résidents en dehors du territoire économique du pays de référence. Elle ne comprend pas les biens et services achetés pour ou après le voyage à l'intérieur du pays de référence (pour tous achats réalisés à travers les agents de voyage et les opérateurs touristiques, voir paragraphes 4.16 et 4.19). Il est à souligner que cette définition est plus restreinte que l'interprétation commune du terme « émetteur » dans le cadre des statistiques du tourisme (qui se réfère aux résidents du pays de référence qui voyagent à un autre pays). Dans ce contexte, la consommation du tourisme émetteur exclut ce qui traditionnellement était identifié comme la partie interne de la consommation du tourisme émetteur.
- 2.65 La consommation du tourisme intérieur comprend toute la consommation associée aux visiteurs, résidents ou non, à l'intérieur du territoire économique du pays de référence. Elle est la somme de la consommation du tourisme interne et de la

consommation du tourisme récepteur. Elle peut inclure des biens et services importés dans le pays de référence, où ils sont vendus aux visiteurs. Cet agrégat offre la mesure la plus large de la consommation des visiteurs dans le pays de référence. Il comprend tous les éléments constitutifs qu'indique la figure 2.2.

- 2.66 La consommation du tourisme national comprend toute la consommation associée aux visiteurs résidents dans les limites et en dehors du territoire économique du pays de référence. Elle est la somme de la consommation du tourisme interne et de la consommation du tourisme émetteur. Ces achats peuvent comprendre des biens et services produits dans le pays de référence et les biens et services importés achetés aux producteurs non-résidents.
- 2.67 Les présentes recommandations limitent leur champ d'application aux activités des visiteurs à l'intérieur du territoire économique d'un pays donné, ainsi que des visiteurs qui y entrent ou qui le quittent. Il n'est pas tenu compte des conséquences, pour une économie déterminée, de l'accroissement de l'ensemble des flux de visiteurs dans le monde entier, pour autant que ces flux ne correspondent pas à des mouvements à l'intérieur du territoire économique du pays de référence, vers ce territoire ou en provenance de ce territoire. Par exemple, l'effet du transport direct d'un visiteur du pays A vers le pays B par une compagnie aérienne du pays C ne sera pas comptabilisé dans le CST du pays C, parce que le visiteur n'est pas entré dans le territoire économique du pays C et ne l'a pas non plus quitté. De même, l'augmentation de l'offre de souvenirs ou d'autres objets produits dans une économie pour être vendus dans une autre ne sera pas prise en considération dans le CST de l'économie où ces biens ont été produits.

B.6 Cas particuliers

- 2.68 Sous ce titre, sont traités quelques cas particuliers liés aux activités touristiques qui ont une incidence sur la définition de la consommation du visiteur. Ce sont les suivants : les services rendus au sein d'un ménage pour leur propre bénéfice, les services rendus par les résidences secondaires occupées par leur propriétaire, les services rendus par les agences de voyages, le traitement à réserver aux voyages à forfait et les difficultés particulières que soulève le traitement des biens dans le CST.

B.6.1. Services rendus au sein des ménages pour leur propre bénéfice

- 2.69 Le concept de production utilisé dans le SCN 1993 ne comprend pas les services rendus au sein des ménages pour le bénéfice de leurs membres, à deux exceptions près : la prestation de services de logements occupés par leur propriétaire et la production de services domestiques par des employés de maison. Le CST adopte ces conventions et ne considère ni comme production ni

comme consommation l'autoprestation de services de transport par un ménage (par ex. le fait de conduire la famille en voiture jusqu'à une destination éloignée), ni le service que constitue la préparation des repas (par ex. le fait de préparer et de servir des repas à la famille au cours d'un voyage).

- 2.70 S'agissant des services (à l'exception de l'hébergement) assurés gratuitement par un ménage aux membres d'un autre ménage en visite, selon les principes du SCN 1993 et de la Balance des paiements, aucun service imputé ne doit être enregistré. Cependant, l'augmentation de la consommation du ménage résultant de l'achat de biens nécessaires à la prestation de ces services, ou l'achat direct de services pour le bénéfice du visiteur (par ex. une invitation à un restaurant ou à un spectacle) doit être enregistré (lorsqu'il existe cette possibilité) comme transferts en nature et, par conséquent, comme une consommation du visiteur lui-même.

B.6.2. Services d'hébergement rendus par des résidences secondaires pour compte propre ou à titre gratuit

- 2.71 Par souci d'homogénéité de traitement entre logements loués et logements occupés pour compte propre, le SCN 1993 recommande d'imputer un service d'hébergement pour compte propre à tous les logements occupés par leurs propriétaires. Dans ce cas, les services d'hébergement qui y sont associés sont estimés sur la base soit des caractéristiques du logement, soit du loyer moyen réel sur le marché pour des unités analogues, lorsqu'il existe un marché locatif actif pour de telles unités.
- 2.72 Cette recommandation ne s'applique pas uniquement à l'unité de logement principale d'un ménage mais à toutes les unités de logement appartenant aux ménages. Elle s'applique donc également aux résidences secondaires et, dans le cas du CST, à celles dont il est fait un usage touristique pour compte propre ou qui sont offertes gratuitement à des visiteurs. Un service d'hébergement doit être imputé à la fois comme activité productive pour le propriétaire et comme dépense de consommation pour le visiteur. Un visiteur pourrait aussi bien être un membre du ménage ou un membre d'un autre ménage recevant un service à titre gratuit. Le service fait partie de l'offre touristique et de la consommation des visiteurs. Il est à noter cependant que la consommation de ces services doit s'effectuer en dehors de l'environnement habituel, tel que défini dans les paragraphes 2.14 à 2.17 ci-dessus. Pour des raisons conceptuelles, la production propre de services de logement d'une résidence principale fournie à des visiteurs est exclue de la consommation des visiteurs.

B.6.3. Services des agences de voyages

- 2.73 Divers services associés aux déplacements, comme les transports (location de voitures comprise), l'hébergement et les voyages à forfait offerts moyennant commission ou forfait, sont vendus au public par l'intermédiaire des agences de

voyages. Ce rôle d'intermédiaire entre le prestataire effectif des services touristiques et le visiteur crée quelques problèmes difficiles lors de l'élaboration du CST, et ils sont traités au chapitre 3 (voir paragraphes 3.37-3.45 ci-après).

B.6.4 Voyages à forfait

- 2.74 Les voyages à forfait sont des produits complexes offerts aux visiteurs, qui se composent d'un ensemble de produits touristiques élémentaires divers comme les transports, l'hébergement, les services de restauration et les activités récréatives. Le traitement homogène des services touristiques achetés séparément et de ceux achetés dans le cadre de ces forfaits présente certaines caractéristiques particulières qui sont examinées de façon approfondie au chapitre 3 (voir paragraphes 3.46-3.51 ci-après).

B.6.5 Les biens comme élément de la consommation des visiteurs

- 2.75 Bien que la consommation des visiteurs porte essentiellement sur des services, les visiteurs achètent parfois aussi des biens avant leur départ, pendant leur voyage et également après celui-ci ou en dehors du contexte d'un voyage spécifique. Un bien, lorsqu'il est acheté par le consommateur final, peut être considéré sous l'angle économique comme un élément complexe, comprenant non seulement le bien lui-même mais aussi tous les services de la chaîne de distribution qui l'ont rendu disponible au bon moment et au bon endroit pour que son achat soit possible. La valeur de la consommation des visiteurs comprend aussi bien la valeur du bien lui-même (au prix de base), les impôts nets sur les produits et les services de distribution qui s'y rattachent (au détail, en gros et coûts de transport). Cependant, lors de la mesure de l'impact économique de l'achat de biens, la nature économique des biens doit être considérée soigneusement. Ces points sont traités au Chapitre 4 (voir paragraphes 4.81 à 4.102).

C. Consommation touristique collective

- 2.76 Parmi les nombreux services assurés par les administrations publiques, les services collectifs non marchands jouent un rôle particulier : ils visent à offrir la structure et l'organisation essentielles à la vie en société de manière à ce que la collectivité nationale puisse exercer ses différentes activités de façon harmonieuse et conformément aux principes qu'elle a déclarés siens.
- 2.77 Conformément au SCN 1993, les services collectifs non marchands présentent les caractéristiques suivantes (SCN 1993, paragraphe 9.83) :
- Ils peuvent être rendus simultanément à tous les membres de la collectivité ou à des sous-ensembles particuliers de la collectivité, comme les habitants d'une région ou d'une localité ;

- L'utilisation de ces services est généralement passive et elle ne requiert pas l'accord explicite ou la participation active des individus concernés ;
 - La fourniture d'un service collectif à un individu ne réduit pas le montant qui est disponible pour les autres dans la même collectivité ou dans le même sous-ensemble de la collectivité. Il n'y a pas de rivalité dans l'acquisition du service.
- 2.78 Dans le cas du tourisme, les services collectifs concernent, entre autres, l'élaboration de législation et de réglementation du tourisme, la promotion du tourisme par les administrations publiques, le maintien de l'ordre et de la sécurité et l'entretien des espaces publics.
- 2.79 Le SCN 1993 n'affecte pas la valeur des services collectifs à la consommation des ménages. Une catégorie spécifique est ainsi créée, celle de "dépense de consommation des administrations publiques » qui n'est pas allouée aux bénéficiaires (SCN 1993, paragraphe 9.75) et qui devient la consommation finale effective des administrations publiques.
- 2.80 Afin de souligner l'importance économique des actions entreprises par les autorités publiques pour créer un environnement favorable au développement du tourisme, il est suggéré de réaliser une évaluation spécifique de la valeur de la consommation touristique collective. Par ailleurs, dans les présentes recommandations, la consommation touristique collective est considérée comme faisant partie d'un concept plus large de demande touristique, bien qu'actuellement l'approche de cet élément constitutif ne revête qu'un caractère expérimental, faute d'expérience dans ce domaine. Il s'ensuit que pour l'instant, il ne faudra pas se servir de l'estimation de cet agrégat à effet de comparaisons internationales.

D. Formation brute de capital fixe du tourisme

- 2.81 Le SCN 1993 définit la formation brute de capital fixe comme étant "la valeur totale des acquisitions, moins les cessions, d'actifs fixes au cours de la période comptable, plus certaines additions à la valeur des actifs non produits effectuées par l'activité productive des unités institutionnelles. Les actifs fixes sont des actifs corporels ou incorporels issus de processus de production et qui sont eux-mêmes utilisés de façon répétée ou continue dans d'autres processus de production pendant plus d'un an" (SCN 1993, paragraphe 10.33).
- 2.82 L'analyse de la formation brute de capital fixe est particulièrement importante pour le tourisme en raison du fait que l'existence d'une infrastructure de base en terme de facilités de transport, de logement, équipements de loisirs, centres d'intérêt touristique, etc., détermine dans une large mesure la nature et l'intensité

des flux de visiteurs. Cependant, l'identification des biens de capital dont l'acquisition ou la production est déterminée par les besoins des visiteurs, présente des difficultés aussi bien conceptuelles que pratiques.

- 2.83. La formation brute de capital fixe du tourisme peut être envisagée selon plusieurs points de vue. Premièrement, on pourra prendre en compte la formation brute de capital fixe totale des industries touristiques. Deuxièmement, on pourra considérer la formation brute de capital fixe en rapport avec des biens de capital spécifiques du tourisme, qui sont directement liés à la fourniture de services aux visiteurs. Cette formation de capital peut être le fait de n'importe quel agent économique (industries touristiques, pouvoirs publics et autres) et couvre en particulier les dépenses effectuées par les pouvoirs publics dans les infrastructures touristiques. Enfin, on pourra considérer la proportion de formation brute de capital fixe nécessaire à la fourniture de biens et de services aux visiteurs.
- 2.84. Pour l'instant, seuls les deux premiers points de vue sont pris en considération dans les présentes recommandations : la formation brute de capital fixe totale des industries touristiques, et la formation brute de capital fixe en biens de capital spécifiques au tourisme. Aucune règle n'est proposée pour allouer ces investissements à la consommation touristique.
- 2.85. Il faudra cependant attendre des discussions et des recherches plus approfondies pour pouvoir établir un agrégat se rapportant précisément à la formation brute de capital fixe du tourisme qui puisse être utilisé dans des comparaisons internationales. Tous les agrégats mentionnés auparavant peuvent présenter un intérêt pour les pays en train d'élaborer leur CST. Malgré des problèmes de mesure, le concept général de formation brute de capital fixe du tourisme est considéré dans le contexte plus large de la demande touristique.

Notes

¹ Publication des Nations Unies, Ventes N° E.90.XVII.11

² Washington, D.C., Fonds monétaire international, 1996.

³ Les services des intermédiaires financiers mesurés indirectement se réfèrent aux services rendus par les intermédiaires financiers pour lesquels ils ne font pas de prélèvements explicites. Le montant est prélevé implicitement par l'application de taux d'intérêt pour les emprunteurs et pour les prêteurs. Le SCN 1993 recommande que la production totale de cette activité soit considérée comme une consommation des différents récepteurs ou utilisateurs des services pour lesquels des paiements explicites ne sont pas prévus : c'est le cas des visiteurs (Voir SCN 1993, paragraphes 6.124 à 6.131).

⁴ Il s'agit d'autres ménages, des unités productives des résidents, des unités des administrations publiques, unités des ISBLSM et unités des non-résidents.

⁵ Il est à noter que les différentes définitions de consommation touristique devront comprendre les montants correspondants aux dépenses touristiques des unités productives, étant donné qu'on considère ces dépenses comme faisant partie de la définition générale de consommation des visiteurs.

⁶ A noter que l'utilisation du terme « interne » est différente de son utilisation dans le cadre des comptes nationaux.

Chapitre 3 L'approche par l'offre : concepts et définitions

- 3.1 Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. Le visiteur est donc au centre de l'activité touristique et la source de son existence.
- 3.2 Néanmoins, l'analyse économique du tourisme oblige à identifier les ressources utilisées par les visiteurs pendant leurs voyages, les biens et services qu'ils acquièrent et, par conséquent, requiert l'identification des unités économiques qui fournissent ces biens et services. Les deux perspectives, celle de la demande et celle de l'offre revêtent donc toutes les deux, une importance particulière.
- 3.3 Bien que la plupart des classifications économiques générales des activités sont établies du point de vue de l'offre des producteurs par la caractérisation des processus de production, le tourisme est un phénomène défini à l'origine du point de vue de la demande. En conséquence, si l'on veut décrire et évaluer correctement et utilement l'impact économique du tourisme, il faut quelque peu adapter ces classifications.
- 3.4 A ces difficultés méthodologiques s'ajoute le fait que jusqu'à présent, les expériences nationales de chiffrage du tourisme du point de vue de la demande sont assez rares. Par conséquent, il est difficile d'identifier des critères statistiques précis susceptibles de servir universellement.
- 3.5 Pour le moment, l'approximation statistique nécessaire afin de définir un produit ou une activité comme caractéristique du tourisme requiert le recours pragmatique à des critères appropriés. A l'avenir, lorsqu'il y aura un plus grand nombre de pays qui élaborent un CST, il sera peut-être possible de substituer des critères plus rigoureux à ceux qui sont suggérés et, le moment venu, les classifications proposées pour la préparation des tableaux du CST devront être modifiées et étendues.
- 3.6 Les présentes recommandations se limitent, pour l'instant, aux classifications à utiliser dans les tableaux qui constituent le noyau dur du système (tableaux 1 à 7 et tableau 10), dans lesquels les différents types et catégories de consommation des visiteurs et l'offre correspondante forment la structure de base.

- 3.7 Pour la préparation des tableaux concernant la consommation touristique collective et la formation brute de capital fixe du tourisme, les listes proposées de produits sont expérimentales et nul effort n'est fait actuellement pour fournir des critères permettant de les dresser.

A. Produits spécifiques au tourisme

- 3.8 La consommation du visiteur englobe la "totalité de la consommation effectuée par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur pour et pendant son voyage et son séjour dans le lieu de destination" (Recommandations sur les statistiques du tourisme, première partie, paragraphe 85). Il en découle que la consommation du visiteur englobe toutes les catégories de consommation de biens et de services.
- 3.9 Cependant, ces biens et services ne revêtent pas tous la même importance pour l'estimation de la consommation du visiteur étant donné que le niveau et la structure de la consommation d'un individu se modifient lorsqu'il est en dehors de son environnement habituel. Cela signifie que les structures et les classifications qui sont pertinentes pour l'étude et la description de la consommation des ménages en général peuvent ne pas l'être autant lorsqu'il s'agit plus spécifiquement du tourisme.
- 3.10 Le SCN 1993 reconnaît ce type de difficulté, puisqu'il recommande de commencer l'établissement d'un compte satellite à orientation fonctionnelle "en partant d'une analyse de la dépense par produits et en recherchant ensuite de quelles activités sont issus ces biens ou ces services" (SCN 1993, paragraphe 21.16). Il suggère également une série d'étapes pour l'identification des différents groupes de produits (SCN 1993, paragraphes 21.61 et 21.62 ; importance ajoutée) :

"La première chose à faire consiste à définir les biens et les services que l'on considère comme spécifiques du domaine étudié. Il convient de distinguer pour cela deux types de biens et de services, à savoir ceux qui sont caractéristiques de ce domaine et les biens ou services qui lui sont connexes. Les premiers sont les produits typiques du domaine considéré... Les biens et services connexes (le deuxième type) sont des produits dont les emplois nous intéressent parce que, sans être typiques du domaine étudié, ils entrent de toute évidence dans les dépenses du champ, soit par leur nature, soit parce qu'ils font partie de groupes plus généraux de produits. La ligne précise de démarcation entre produits caractéristiques et produits connexes dépend de l'organisation économique du pays et du rôle qu'on attend du compte satellite".

- 3.11 L'adaptation de cette démarche au tourisme est expliquée dans les paragraphes qui suivent.

- 3.12 Dans l'esprit des présentes recommandations, la question de la classification doit être considérée selon deux points de vue : l'adaptation aux besoins spécifiques et à l'infrastructure statistique du pays de référence, et la comparabilité internationale.
- 3.13 S'il s'agissait simplement d'adapter la classification aux besoins et possibilités qui existent dans chaque cas précis, les présentes recommandations se réduiraient à une liste empirique de produits, parmi lesquels chacun extrairait ce qui lui semble le mieux définir et caractériser le tourisme.
- 3.14 Mais les organisations internationales, également soucieuses de leurs responsabilités et de leur fonction, s'emploient à établir une base pour les comparaisons internationales.
- 3.15 Dans le but de concilier ces deux objectifs – d'une part, faciliter les comparaisons internationales pour un noyau de biens et services touristiques et, d'autre part, prendre en compte les besoins propres à chacun, ses qualifications techniques et son niveau de compétence en matière statistique – les recommandations suivantes sont formulées :
- Premièrement, s'agissant des données des CST publiées par les organisations internationales, il est entendu que, à l'échelle internationale, la comparabilité ne sera possible que pour une liste précise de produits. Dans le présent document, cette liste s'appelle liste de produits caractéristiques du tourisme, qui apparaît à l'annexe II. La liste devrait être périodiquement remise à jour. Des listes plus étendues ou plus détaillées peuvent être établies par telle ou telle organisation (OCDE, Eurostat, etc.), pour faciliter la comparaison entre leurs pays membres, à condition que la correspondance soit maintenue entre ces listes et les classifications de base ;
 - Deuxièmement, tout pays ou organisme producteur d'un CST souhaitant avoir sa propre liste de produits devra les prendre dans la liste provisoire de produits spécifiques du tourisme, qui apparaît à l'annexe I. Pour cela, il pourra être nécessaire d'étendre la liste précitée de produits caractéristiques du tourisme et de faire une liste ad hoc de produits spécifiques du tourisme, adaptée à chaque élaboration. Cette liste pourrait servir à deux choses : faciliter la comparabilité internationale pour le sous-ensemble de produits caractéristiques du tourisme, et répondre aux besoins précis d'un pays donné concernant la totalité des produits spécifiques du tourisme pour ce pays.
- 3.16 Par conséquent, si l'on se place du point de vue d'un pays précis, et pour les besoins généraux de l'analyse, c'est la liste de produits spécifiques du tourisme qui présente le plus d'intérêt et le plus d'importance. Cependant, lorsqu'il s'agit de regrouper l'ensemble des différentes catégories de produits, il convient de trouver un terme pour désigner les produits que l'on juge spécifiques mais qui ne figurent pas dans la liste de produits caractéristiques du tourisme. Dans le présent

document, l'expression produits connexes du tourisme est utilisée, mais il convient de noter que le terme « connexe » est utilisé dans un sens légèrement différent de celui retenu dans le SCN 1993 (voir SCN 1993, paragraphes 21.61 et 21.62).

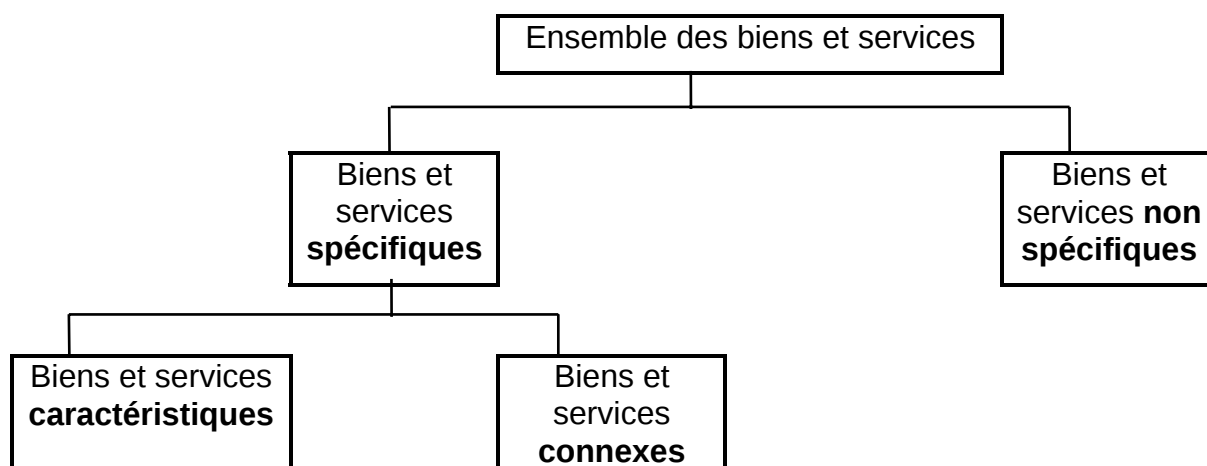
- 3.17 En ce qui concerne les critères selon lesquels ces différentes catégories peuvent être identifiées : l'identification des produits considérés comme caractéristiques du tourisme, connexes au tourisme et spécifiques au tourisme devrait se fonder en principe sur les critères pragmatiques suivants :

Produits caractéristiques du tourisme : produits pour lesquels on considère que, dans la plupart des pays, ils seraient susceptibles de cesser d'exister en quantité significative ou dont la consommation diminuerait de façon significative en cas d'absence de visiteurs, et pour lesquels il semble possible d'obtenir des données statistiques ;

Produits connexes au tourisme : il s'agit d'une catégorie résiduelle qui comprend ceux qui sont identifiés comme spécifiques du tourisme dans un pays donné, mais qui ne peuvent pas être considérés comme tels à l'échelle mondiale ;

Produits spécifiques du tourisme : la somme des deux catégories précédentes.

- 3.18 Schématiquement, l'ensemble des biens et services peut se représenter comme suit :



- 3.19 Pour aider les pays à dresser des listes de produits, l'OMT a élaboré de façon empirique une liste provisoire de produits spécifiques du tourisme (voir annexe I) en se servant des listes déjà utilisées par différents pays et institutions, en s'inspirant de résultats déjà connus et en incluant librement :

- Les produits dont l'offre ne serait plus significative en l'absence de visiteurs ;

- Les produits qui représentent une part significative de la consommation touristique ;
 - Les produits dont l'absence pourrait sensiblement affecter la consommation touristique.
- 3.20 La présente liste est provisoire et sera mise à jour périodiquement lorsqu'on aura acquis davantage d'expérience en matière de CST et de comptes satellites à orientation fonctionnelle dans d'autres domaines comme la santé ou l'éducation.
- 3.21 Les produits caractéristiques du tourisme constituent un sous-ensemble de la liste de produits spécifiques du tourisme. Pour une bonne comparabilité internationale, il conviendrait de pousser plus loin la désagrégation des produits de manière à pouvoir déterminer plus facilement la « caractéristicité » d'un produit quant à sa relation au tourisme. Mais cette possibilité est limitée par le degré élevé d'agrégation que présentent les données obtenues par la plupart des pays (dans la plupart des cas, elles ne dépassent pas le niveau à quatre chiffres de la CCP, version 1.0). En conséquence, la liste de produits caractéristiques du tourisme actuellement proposée montre un degré élevé d'agrégation (voir paragraphes 4.20 à 4.25 ci-après et figure 4.3).
- 3.22 Conceptuellement, la liste des produits caractéristiques du tourisme proposée pourrait comprendre aussi bien des biens que des services. Cependant, pour l'instant, la liste des produits caractéristiques du tourisme porte essentiellement sur les services considérés depuis toujours comme des services touristiques parce qu'ils répondent aux besoins les plus communs des visiteurs, tels que : hébergement, services de restauration, transports sur de grandes distances et services associés (y compris la location de voitures), services des voyagistes, services de guides de tourisme et services culturels et récréatifs. Cette restriction est due à deux difficultés majeures qu'on rencontre quand on veut les mesurer :
- La première a trait aux grandes différences existant entre les biens achetés par les visiteurs selon les pays et les endroits ;
 - La deuxième a trait au fait que l'information statistique de base à utiliser pour remplir les tableaux vient des visiteurs eux-mêmes. On constate que, dans la plupart des cas, le recours à cette source statistique rend difficile le dépassement de notions fourre-tout comme "le shopping" ou "les souvenirs".

B. Activités spécifiques du tourisme

B.1 Principes généraux

- 3.23 Le SCN 1993 met l'accent sur l'analyse des producteurs caractéristiques dans un compte satellite :

"Dans un compte satellite, l'étude de la production met principalement l'accent sur les activités et les producteurs caractéristiques. Comme on l'a vu [par ex. paragraphe 21.61, référence ajoutée], les biens et services caractéristiques sont ceux qui sont typiques du domaine étudié. Les activités dont ils résultent sont qualifiées d'activités caractéristiques et les producteurs qui exercent une activité caractéristique sont dits producteurs caractéristiques (SCN 1993, paragraphe 21.98).

- 3.24 Une fois défini l'ensemble des produits caractéristiques du tourisme, on peut clore l'examen des activités caractéristiques du tourisme, étant donné qu'elles peuvent être identifiées comme celles dont la production principale est un produit considéré comme caractéristique du tourisme (voir paragraphe 3.17 précédent).
- 3.25 Il faut cependant rappeler que la relation entre la classification des produits d'après la CCP, version 1.0, et la classification des activités productives d'après la CITI, rév.3, n'aboutit pas forcément à une relation bijective entre les catégories de ces classifications, parce que l'origine industrielle effective d'un produit (l'activité de la CITI qui le produit) n'est pas un critère pour agréger des produits dans une catégorie similaire de la CCP; c'est de la nature du produit qu'il est tenu compte lors de sa classification, non de son origine industrielle : deux produits de nature similaire mais obtenus à l'aide de procédés de production différents (deux différentes catégories de la CITI) sont classés dans la même catégorie de la CCP. Cela rend un peu difficile le passage de la caractérisation d'un produit à celle d'une activité productive et vice versa et ne conduit pas nécessairement à une solution unique.
- 3.26 Un aspect important des activités caractéristiques du tourisme est qu'elles doivent servir les visiteurs eux-mêmes, c'est-à-dire qu'il doit y avoir un contact direct entre le prestataire du produit et le consommateur. Pour la plupart des services, le producteur et le vendeur sont les mêmes, si bien que cela ne constitue pas une restriction. Dans le cas des biens, cependant, il existe habituellement un ou plusieurs intermédiaires entre le producteur et le consommateur final.
- 3.27 S'il existe très souvent une relation physique directe lors de la livraison des biens et de la prestation des services au visiteur, l'expression "contact direct" ne se réduit pas au sens de contact physique mais doit être employée dans un sens plus large, puisque l'objectif est d'évaluer la répercussion économique du tourisme dans un contexte macroéconomique.

- 3.28 Comme conséquence des critères de détermination des produits caractéristiques, il peut arriver que certaines activités soient considérées comme caractéristiques du tourisme, en raison de l'importance de ce produit typique pour les visiteurs, même si leur production typique n'est pas principalement vendue aux visiteurs. Tel est le cas des restaurants ou de certains services de transport malgré l'importance du trafic pendulaire quotidien ou bien encore de l'activité de transport de marchandises lorsqu'on ne peut pas la séparer statistiquement de celle du transport des voyageurs.
- 3.29 De même que pour les produits spécifiques du tourisme (voir paragraphe 3.15 ci-dessus) et dans le but de parvenir à la comparabilité internationale, les présentes recommandations considèrent deux cas distincts :
- Dans un souci de comparabilité internationale, il a été dressé une liste d'activités caractéristiques du tourisme à un niveau d'agrégation (voir paragraphes 4.20-4.25 ci-après et fig. 4.4) ;
 - Tout pays souhaitant élaborer sa propre liste d'activités spécifique du tourisme devrait se reporter à la Classification internationale type des activités touristiques élaborée par l'OMT pour assurer la comparabilité internationale des données (voir paragraphe 1.36 ci-dessus).
- 3.30 En raison de la nature particulière de la consommation touristique, qui n'est pas définie par les produits objets de cette consommation mais par l'objectif particulier du consommateur (s'éloigner de chez lui), il peut y avoir des différences importantes entre la production des activités caractéristiques du tourisme dans un pays et la consommation intérieure du tourisme dans ce même pays. L'importance de ces différences dépend essentiellement de deux éléments :
- l'importance prise, dans l'offre proposée aux visiteurs, par les producteurs qui ne relèvent pas des activités considérées comme caractéristiques du tourisme ;
 - l'importance prise, dans l'offre proposée aux non-visiteurs, par les producteurs caractéristiques.

Le niveau de détail des informations disponibles sur les biens, services et activités peut aussi avoir un effet important sur ces différences.

- 3.31 La figure 3.1 illustre cette situation : les cases entourées d'un trait double indiquent les éléments sur lesquels le CST concentre son analyse de l'offre touristique. De même, les cases en grisé correspondent aux éléments sur lesquels porte l'analyse de la consommation touristique. Il est à souligner qu'il n'y a aucun motif pour que dans un pays donné, la consommation des visiteurs soit égale à la production des activités caractéristiques du tourisme.

Figure 3.1
Les éléments sur lesquels portent l'analyse de l'offre touristique et celle de la consommation touristique

	Activités caractéristiques du tourisme (a)			Activités connexes au tourisme (a)			Activités non spécifiques du tourisme			
	Production principale	Production secondaire		Production principale	Production secondaire		Production principale	Production secondaire		
Produits rendus aux:	Produits caractéristiques	Produits connexes	Produits non spécifiques	Produits connexes	Produits caractéristiques	Produits non spécifiques	Produits non spécifiques	Produits caractéristiques	Produits connexes	
Visiteurs										Éléments sur lesquels porte l'analyse de la consommation touristique intérieure
Non-visiteurs										
	Éléments sur lesquels porte l'analyse de l'offre touristique									

(a) Les produits caractéristiques et connexes se réfèrent exclusivement aux produits à caractère touristique.

B.2. Cas particuliers

3.32 Lors de l'examen de la demande au chapitre 2, certaines questions se sont posées concernant des cas particuliers ayant à voir avec les services rendus au sein d'un ménage pour le bénéfice de ses membres, les services d'hébergement rendus par des résidences secondaires pour compte propre ou à titre gratuit, les services des agences de voyages et les services des voyagistes (voir paragraphes 2.60-2.65 ci-dessus). Les traitements proposés concernant la demande se répercutent sur la façon dont il faut envisager la production de ces services du point de vue de l'offre. C'est essentiellement ce dont il sera question dans les paragraphes qui suivent (pour le traitement des biens achetés par les visiteurs, voir paragraphes 4.82-4.98 ci-après).

B.2.1. Services rendus au sein d'un ménage au bénéfice de ses membres

3.33 Aucun processus de production ne leur a été associé dans le champ de la production du SCN 1993 et, par conséquent, il n'existe aucun impact à considérer sur l'offre touristique.

B.2.2 Services d'hébergement rendus par des résidences secondaires pour compte propre ou à titre gratuit

- 3.34 Dans le SCN 1993, un service d'hébergement pour compte propre est associé à la propriété d'un logement occupé par son propriétaire à la fois en tant qu'activité productive et en tant que production et consommation d'un service spécifique. On a vu au chapitre 2 que cette situation concernait aussi bien les résidences principales que les résidences secondaires et, notamment, les résidences secondaires que leur propriétaire destine essentiellement à un usage touristique.
- 3.35 En conséquence, une activité touristique spécifique est associée à la propriété d'une résidence secondaire que leur propriétaire destine essentiellement à un usage touristique ; un service d'hébergement touristique est produit que consomment les visiteurs.
- 3.36 Cette activité spécifique est d'un genre particulier, parce que le seul droit de propriété sur une résidence secondaire que leur propriétaire destine essentiellement à un usage touristique pour compte propre crée un service touristique et une consommation équivalente : aucune visite d'une personne quelle qu'elle soit dans cette unité d'hébergement n'est nécessaire pour créer le service, puisque, comme pour n'importe quelle unité d'hébergement pour compte propre, l'existence du service fourni dépend uniquement de l'existence de l'unité d'habitation et de ses qualités inhérentes, telles que l'emplacement, la configuration, le type de construction, la grandeur et l'équipement installé, et non d'une quelconque qualité de celui qui la visite.

B.2.3. Agences de voyages

- 3.37 Lorsqu'ils projettent et organisent leur voyage, les visiteurs (ou visiteurs potentiels) ont fréquemment recours aux services d'une agence de voyages. Ces agences ont principalement pour fonction de vendre le droit d'utiliser un certain service à un certain moment et moyennant certaines conditions. Elles ne se substituent pas à l'unité qui fournit le service mais jouent le rôle d'intermédiaire, en fournissant au visiteur de l'information et l'accès nécessaire et en agissant pour le compte des prestataires dans l'achat de certains services.
- 3.38 D'une certaine façon, ces agences font office de "détaillants" des services vendus au public. Mais leur fonction diffère nettement de celle du détaillant d'un bien car celui qui s'occupe du client en dernier ressort reste le producteur du service. Elles ne se substituent pas au producteur. Il s'agit seulement pour les producteurs d'un moyen efficace de vendre leur produit au public.
- 3.39 Dans la plupart des cas, la valeur des services de l'agence de voyages n'est pas facturée explicitement ou séparément à l'utilisateur du service (le visiteur), bien que cette facturation directe puisse exister. Dans certains cas, les agences de voyages achètent des billets à prix réduit à des compagnies aériennes

(*discounters*) et les vendent à leurs clients à un prix majoré, tirant un revenu de la différence entre le prix qu'elles paient et celui qu'elles font payer. Dans d'autres cas, le visiteur paie le transport en avion ou un autre produit touristique à un prix fixé par le producteur du service. L'agence de voyages gagne comme revenu une commission de vente fixée par le prestataire du service : le service de l'agence de voyages est ainsi acheté par le prestataire du service que l'agence de voyages vend au visiteur.

3.40 Les revenus bruts des agences de voyages sont donc de trois sortes :

- Ceux obtenus directement des visiteurs au moyen d'une facturation à leur nom ;
- Les marges commerciales brutes représentant les services du commerce de détail quand les agents de voyages se rémunèrent implicitement au moyen d'une opération de commerce de détail (en achetant aux producteurs des services, par ex. aux compagnies aériennes, ou à des grossistes et en revendant le produit au voyageur);
- Les commissions versées par les prestataires de services touristiques lorsque les agences de voyages sont leurs agents et interviennent comme des détaillants contre rétribution ou sur une base forfaitaire.

3.41 Dans le cadre du CST, les agences de voyages sont considérées comme étant typiquement des activités caractéristiques du tourisme car c'est le plus souvent par l'intermédiaire de ces établissements que les personnes projetant un voyage achètent les services de transport et d'hébergement dont elles ont besoin. L'agence de voyages et le prestataire du service vendu par son entremise sont tous deux directement impliqués dans la fourniture des services aux visiteurs et tous deux doivent donc être analysés selon cette fonction à l'égard des visiteurs.

3.42 Par conséquent, les présentes recommandations considèrent par convention et pour l'homogénéisation des méthodes que, dans tous les cas, les agences de voyages sont des activités caractéristiques du tourisme fournissant des services aux visiteurs et qu'en tant que tels, les services des agences de voyages font partie de la consommation des visiteurs.

3.43 Quelles que soient les modalités effectives d'obtention du revenu de l'agence de voyages, la valeur totale payée par les visiteurs pour un service touristique acheté par son intermédiaire sera divisée en deux parties : l'une correspondant à la valeur du service de l'agence de voyages et l'autre correspondant à la valeur nette du service touristique acheté.

- 3.44 Ce type de traitement exigera d'ordinaire une transformation des données statistiques de base obtenues des agences de voyages et des activités qui les utilisent comme détaillants, afin de générer un ensemble de données se conformant à ce point de vue.
- 3.45 Ce traitement a des conséquences importantes sur le contenu précis de la consommation du tourisme interne, de la consommation du tourisme récepteur et de la consommation du tourisme émetteur. Elles seront décrites en détail lors de la présentation des tableaux et des agrégats, au chapitre 4.

B.2.4. Voyageurs

- 3.46 Les voyageurs sont des agents qui combinent deux ou plusieurs services touristiques (par ex. les transports, l'hébergement, les repas, les spectacles, les visites) et les vendent à travers des agences de voyages ou directement aux consommateurs finaux comme un produit unique (dit forfait) pour un prix global. Les éléments du forfait peuvent être préétablis ou déterminés à la carte, auquel cas c'est le visiteur qui décide de la combinaison des services qu'il souhaite acquérir.
- 3.47 Le voyageur travaille généralement sous sa propre enseigne et pour son propre compte. Il commence par acquérir auprès des producteurs de services touristiques différents produits qu'ensuite il combine et offre aux clients sous forme d'un produit unique complexe, soit directement, soit par l'intermédiaire d'agences de voyages. Ce produit comprend d'habitude les services de transport et un ou plusieurs services comme l'hébergement, les repas, les visites et les spectacles et d'autres services requis par les visiteurs, outre la prestation du voyageur lui-même. Dans la plupart des cas, le visiteur ignore la répartition des coûts entre les éléments du forfait et n'a aucun type de contact avec les prestataires des services avant le voyage puisque le voyageur s'en charge. Souvent, le voyageur s'engage lui-même personnellement envers les prestataires des services compris dans le forfait et doit leur verser une indemnité de dédit si le forfait ne se vend pas.
- 3.48 Un forfait peut être considéré comme constituant un produit touristique tout à fait neuf, même s'il est le fruit d'une synthèse. Dans la comptabilité nationale et dans la balance des paiements, son classement et son traitement soulèvent traditionnellement des difficultés mais aucune solution définitive n'a été proposée dans les présentes recommandations. Faut-il le considérer comme un produit en soi, indépendant de ses éléments qui seraient les intrants de la production de ce produit tout neuf ? ¹ Ou, au contraire, faut-il le voir comme une méthode de commercialisation utilisée pour vendre ses éléments ? ²
- 3.49 Dans le cadre du CST, un forfait n'est pas considéré comme un produit indépendant, parce qu'alors les acheteurs de ces produits n'acquerraient plus les services touristiques incorporés. Ceux-ci apparaîtraient, au contraire, comme une consommation intermédiaire des voyageurs et, partant, perdraient leur relation

directe avec les visiteurs. Par conséquent, les services touristiques commercialisés de la sorte ne seraient pas considérés comme acquis par les visiteurs et la part du tourisme dans leur utilisation serait sous-évaluée. Ceci risquerait de modifier la classification des activités qui les produisent, étant donné que leur production principale pourrait alors ne plus être considérée comme caractéristique du tourisme.

- 3.50 Par conséquent, le CST requiert que tous les éléments constitutifs du forfait, y compris la valeur du service rendu par le voyageur lui-même, soient considérés comme achetés directement par les visiteurs. Ceci entraîne une évaluation dite "nette" du forfait.
- 3.51 Les voyageurs sont considérés comme étant un certain type de détaillant de services touristiques. Une valeur est à imputer pour le service rendu, égale à la marge brute, différence entre ce que le voyageur fait payer pour les forfaits vendus et le coût pour lui des éléments, y compris, la commission versée aux agences de voyages vendant les forfaits au public. Les effets de ce traitement des forfaits seront expliqués en détail lors de la présentation des tableaux et des agrégats dans le chapitre 4.

C. Industries touristiques

- 3.52 Idéalement, le producteur caractéristique devrait être une unité de production homogène, c'est-à-dire une unité de production qui exerce une seule activité productive. Toutefois, cette unité n'est généralement pas observable et constitue plutôt une notion abstraite ou théorique (voir SCN 1993, paragraphe 15.14). Les établissements, définis comme «une entreprise, ou une partie d'entreprise, c'est-à-dire située en un lieu unique et dans laquelle une seule activité productive (non auxiliaire) est exercée, ou dans laquelle la majeure partie de la valeur ajoutée provient de l'activité productive principale » (SCN 1993, paragraphe 5.21 ; voir également paragraphe 21.8) seront les unités statistiques utilisées dans le CST, comme c'est le cas dans les tableaux entrées sorties des comptes nationaux conformément aux recommandations du SCN 1993 (SCN 1993, paragraphe 15.4).
- 3.53 Les établissements sont caractérisés et classés selon l'activité productive qui dégage la plus grande part de la valeur ajoutée.
- 3.54 Dans la perspective fonctionnelle, le SCN 1993 définit les "industries" comme "un regroupement d'établissements exerçant le même type d'activités de production" (SCN 1993, paragraphe 15.13). L'ensemble des activités caractéristiques du tourisme ne constitue pas une industrie unique répondant à cette définition. Elles couvrent en revanche un certain nombre d'"industries" au sens où l'entend la CITI. Le CST définit par conséquent une industrie touristique comme un

ensemble d'établissements dont la principale activité productive est une activité caractéristique du tourisme. Les industries touristiques regroupent toutes les industries caractéristiques du tourisme.

C.1. Valeur ajoutée

- 3.55 Comme pour toutes les activités économiques qui entrent dans le cadre conceptuel du SCN 1993, la meilleure façon de décrire le fonctionnement des industries touristiques dans le domaine de la production est d'utiliser un ensemble de tableaux indiquant la composition des intrants par produit, la composition de la production par produit et la rémunération des facteurs de production.
- 3.56 L'importance économique d'une activité productive se mesure en général par sa valeur ajoutée. Cet instrument de mesure élimine toute possibilité de duplication lors de la comparaison et de l'agrégation de différentes activités productives et il est indépendant de l'organisation institutionnelle des processus de production. Le SCN 1993 définit:
- La valeur ajoutée brute comme la valeur de la production moins la valeur de la consommation intermédiaire ;
 - La valeur ajoutée nette comme la valeur ajoutée brute moins la consommation de capital fixe.
- 3.57 Dans la mesure où la valeur ajoutée est destinée à mesurer le supplément de valeur créé par un processus de production, elle devrait être mesurée nette puisque la consommation de capital fixe fait partie des coûts de production. Toutefois, dans la pratique, la mesure de la consommation de capital fixe présente des difficultés, et il n'est pas toujours possible de faire une estimation satisfaisante de sa valeur et, partant, de la valeur ajoutée nette. (SCN 1993, paragraphes 6.4 et 6.5). En conséquence, les présentes recommandations adoptent la mesure de la valeur ajoutée brute.
- 3.58 La valeur ajoutée est une mesure associée à un processus de production considéré dans son ensemble, c'est-à-dire à une combinaison d'intrants, de biens de capitaux, de main-d'œuvre et de technologie conduisant à une combinaison de produits obtenus. Dans le domaine du tourisme, la valeur ajoutée peut être envisagée de deux façons :
- La valeur ajoutée des industries touristiques peut être simplement obtenue en totalisant les valeurs ajoutées des activités caractéristiques du tourisme ;

- Ou bien on établira un lien direct entre la demande et l'offre de biens et de services touristiques et on estimera la valeur ajoutée correspondant à un certain niveau de consommation des visiteurs. Ce mode de calcul est expliqué plus en détail au chapitre 4.

C.2. Emploi

- 3.59 L'emploi est une variable extrêmement importante pour l'analyse économique des activités productives, et elle l'est aussi dans le cas du tourisme. En général, les activités caractéristiques du tourisme sont à relativement forte intensité de main-d'œuvre, ce qui explique que l'on attende souvent beaucoup des effets sur l'emploi du développement du tourisme dans un pays et sur les revenus personnels de la main d'œuvre.
- 3.60 Dans l'analyse de l'emploi, il faut tenir compte des particularités du tourisme. Il arrive fréquemment que la consommation des visiteurs, notamment celle associée au tourisme récepteur, ne soit pas distribuée de façon régulière tout au long de l'année. Il en résulte que, dans les activités caractéristiques du tourisme, il n'est pas rare que les fluctuations saisonnières de l'emploi soient plus marquées que dans d'autres activités.
- 3.61 Aussi importe-t-il de mesurer l'emploi à l'aide d'une variété d'indicateurs se complétant les uns les autres, qui peuvent ne pas trouver une application générale dans l'économie. Ces indicateurs comprennent le nombre de personnes employées, le nombre de postes de travail, l'emploi mesuré en termes de nombres de postes équivalent plein-temps et le total des heures travaillées (SCN 1993 ; paragraphes 17.4 à 17.18). La complémentarité et la cohérence entre mesures de rémunération des salariés et les mesures de l'emploi doivent également être prises en considération. Afin d'élargir l'analyse de ce domaine important dans les statistiques du tourisme, l'OCDE a développé un module « emploi » pour le CST. Une description plus complète de ce module se trouve à l'annexe III du présent document.

C.3. Formation brute de capital fixe des industries touristiques

- 3.62 La formation brute de capital fixe est un élément important de la description et de l'analyse des industries touristiques. Il convient d'ajouter de surcroît que, du point de vue des industries, les opérations portant sur des actifs non financiers non produits (comme les terrains) et sur des actifs incorporels non produits (tels que les droits d'atterrissage ou les droits des marques) peuvent également jouer un rôle important dans l'analyse générale du tourisme. Ces aspects ne sont qu'effleurés dans les présentes recommandations parce que leurs rapports au CST n'ont pas encore fait l'objet d'un débat approfondi.

3.63 La formation brute de capital fixe des industries touristiques, qui constitue une des composantes de la formation brute de capital fixe du tourisme (voir paragraphes 2.81-2.85 ci-dessus), se trouve dans le tableau 8 (voir paragraphe 4.64 ci-après).

Notes

¹ Solution qui semble implicitement retenue dans la CCP, version 1.0, où les forfaits sont reconnus comme des produits en eux mêmes.

² Voir, par exemple, Manuel de la Balance des paiements (Washington, D.C, 1995), para graphe 318.

Chapitre 4 Tableaux, comptes et agrégats

- 4.1 La conception méthodologique de l'élaboration du CST n'est qu'un ensemble de définitions et de classifications intégrées dans des tableaux et organisées de façon logique et cohérente. Il permet d'examiner la dimension économique du tourisme tant du point de vue de la demande que du point de vue de l'offre. En conséquence, le présent chapitre, qui décrit les tableaux et agrégats, doit être vu comme l'élément central de ces recommandations.
- 4.2 Les 10 tableaux qui composent le compte satellite du tourisme sont dérivés ou directement liés à des tableaux du SCN 1993 relatifs à l'offre et à l'utilisation de biens et services. Ils sont au cœur des comparaisons internationales des incidences économiques du tourisme.
- 4.3 Les tableaux, comptes et principaux agrégats proposés, devraient être élaborés en deux temps, car il est clair que la plupart des pays ne pourront pas établir tous les tableaux simultanément.
- 4.4 En un premier temps, le but serait de préparer les tableaux 1, 2, 3, 4, 5, 6 et 10. C'est le jeu minimum de tableaux nécessaire pour parler d'un système de comptes satellites car des comptes portant uniquement sur la consommation des visiteurs ou uniquement sur l'offre des industries touristiques et des autres industries ne peuvent pas prétendre à l'appellation de compte satellite du tourisme. Au minimum, le CST doit comporter une présentation détaillée de l'offre et de la consommation des visiteurs en biens et services, ainsi que des activités qui les produisent, de même qu'une confrontation globale de ces agrégats, qui est le centre du système du CST.
- 4.5 Le tableau 7 (Emploi dans les industries touristiques) fait également partie du noyau central du système, bien que les variables incluses et la couverture proposée se réfère à une quantification restreinte de l'emploi.
- 4.6 En revanche, la préparation des tableaux 8 (Formation brute de capital touristique fixe des industries touristiques et des autres industries) et 9 (Consommation touristique collective par fonctions et par niveaux administratifs) non seulement requiert des données dont actuellement la plupart des pays ne disposent pas mais il reste également à résoudre de nombreuses difficultés d'ordre conceptuel. Aussi, les tableaux 8 et 9 ne devraient être envisagés qu'à un deuxième stade.
- 4.7 Ces 10 tableaux illustrent le travail d'évaluation qui devra être réalisé par les statisticiens. Il faut aussi y voir un guide pour les utilisateurs des possibilités d'analyse qui s'offrent à eux. Dans tous les cas, pour publier à l'avenir les résultats recueillis auprès de leurs pays membres qui se seront dotés d'un CST, les organisations internationales devront se baser sur un ensemble de tableaux semblable à celui qui est proposé ici.

- 4.8 Pour tous les tableaux, qu'ils aient été élaborés au premier stade ou au second stade du processus, la présentation des résultats devra toujours s'accompagner d'un rappel clair du champ des variables observées et de la méthode employée pour leur estimation.
- 4.9 Les principes d'évaluation recommandés sont les mêmes que ceux énoncés dans le SCN 1993 : la production doit être évaluée aux prix de base, la consommation et les utilisations aux prix d'acquisition. En ce qui a trait au moment de l'enregistrement, le CST fonctionne selon la même règle que dans le SCN 1993, c'est-à-dire sur la base des droits constatés et non sur la base des règlements effectifs ou de la date d'exigibilité.
- 4.10 Dans les faits, les méthodes d'évaluation et le moment de l'enregistrement des transactions suivront la plupart du temps les pratiques suivies en général dans le pays pour sa comptabilité nationale. C'est pourquoi, en fonction de la pratique en vigueur dans le pays, ces méthodes ne seront peut-être pas calquées sur les recommandations du SCN 1993 ni sur les présentes recommandations. Par conséquent, pour les besoins des comparaisons internationales, il est important que les méthodes d'évaluation et le moment de l'enregistrement des transactions soient clairs pour ceux chargés de l'élaboration du CST et qu'ils soient explicités lorsque les données ou la méthodologie appliquée sont rendues publiques.

A. Tableaux et comptes

A.1. Remarques générales

- 4.11 Les différences formelles entre les tableaux du CST et ceux du SCN 1993 sont nombreuses mais tiennent essentiellement à des différences de présentation plutôt qu'à des différences de concept. En conséquence, la mise au point du CST d'un pays requiert non seulement l'adoption d'un ensemble élémentaire de procédures de collecte directe de données mais aussi la transformation et la redistribution des données existant déjà dans la comptabilité nationale, en fonction de l'orientation touristique du CST.
- 4.12 Le processus est le suivant :
- A partir des bases de données utilisées pour l'élaboration des matrices de production et d'utilisation de la comptabilité nationale, extraire les données relatives aux produits et activités spécifiques du tourisme ;

- Remplacer la valeur brute des circuits à forfait tels qu'ils apparaissent dans la comptabilité nationale de certains pays par la valeur nette requise par le CST (voir paragraphes 3.46 à 3.51 ci-dessus) ;
- Extraire des coûts des services dans lesquels ils sont inclus (essentiellement le transport, les circuits à forfait et l'hébergement) la valeur des services des agences de voyages afin que les agences de voyage soient, de façon cohérente, considérées comme partie intrinsèque de l'industrie du tourisme d'un pays. Cela exige également que l'on identifie, dans la consommation des visiteurs résidents et non résidents qui voyagent en dehors du territoire économique du pays de référence, le lieu de résidence des différents prestataires de services (par ex. transport aérien, hébergement à l'hôtel), y compris celui de l'agence de voyages elle-même, si le service de cet intermédiaire a été utilisé lors de l'achat de ces services ;
- Ventiler la valeur des biens acquis par les visiteurs entre les marges de distribution et le reste de la valeur de ces biens (voir paragraphes 4.83 à 4.90 ci-après) ;
- Identifier toutes les composantes de la consommation des visiteurs (consommation finale des visiteurs en espèces et opérations en nature) comme étant différente de la consommation des non-visiteurs ;
- Classer les dépenses touristiques des unités productives de deux façons différentes : premièrement dans les dépenses de consommation des visiteurs quand on s'intéresse à la comparaison entre l'offre et l'utilisation, deuxièmement dans les coûts de production des activités productives au moment d'expliquer ces processus de production et de calculer la valeur ajoutée du tourisme et le produit intérieur brut du tourisme.

A.2. Évaluation nette

- 4.13 Sur ces six transformations des informations de base énoncées précédemment, quatre d'entre elles (différentes classifications pour les produits et les activités, séparation des marges de la valeur des biens, identification de la consommation des visiteurs et la double classification des dépenses touristiques des unités productives) n'ont qu'un effet formel sur les tableaux type des comptes nationaux. Autrement dit, les ventilations des totaux par produits et par activités sont modifiées mais pas les valeurs totales elles-mêmes. Cependant, il n'en est pas de même pour l'évaluation nette des forfaits et pour l'extraction des services des agences de voyages, qui ont des conséquences pour les valeurs et les classifications des flux dans les différentes catégories de concepts de la consommation des visiteurs. Aussi faut-il donner une vision plus complète de leurs conséquences.

- 4.14 Les données présentées après avoir procédé à ces six transformations seront considérées comme conformes aux règles de l'enregistrement net (à savoir l'évaluation nette des services des voyagistes et des services des agences de voyage).

A.2.1. Évaluation nette des circuits à forfait

- 4.15 Dans le CST, les services rendus par les voyagistes doivent être évalués net : cette exigence découle de la nécessité d'un traitement homogène des services touristiques acquis directement et de ceux de même type acquis par l'entremise des voyagistes. Pour les comparaisons internationales, l'évaluation brute n'est pas requise car il n'est pas évident que tous les pays l'utilisent, surtout si leur comptabilité nationale ne l'exige pas.
- 4.16 Cette forme d'évaluation a les conséquences suivantes pour la mesure de la consommation des visiteurs:
- a) Dans le cas d'un visiteur résident, voyageant dans les limites du territoire économique de son pays de résidence et achetant à cette fin un forfait, la ventilation de ce forfait est sans effet sur la valeur totale allouée à la consommation des visiteurs avant ou après la ventilation: cette valeur est décomposée en tous ses éléments qui font tous partie de la consommation du tourisme interne. Avec la politique du ciel ouvert, le transport pourrait être assuré par un non-résident, mais comme le transport se produit entre deux endroits du territoire économique du pays de référence, il fait encore partie de la consommation du tourisme interne, même quand il est assuré par un non-résident ;
 - b) Dans le cas d'un visiteur résident, ayant l'intention de voyager en dehors du territoire économique de son pays de résidence, qui achète, directement ou par l'intermédiaire d'une agence de voyages résidente, un forfait produit par un voyagiste résident, dans un système d'évaluation brute, l'ensemble de cette dépense fait partie de la consommation du tourisme interne. Cependant, pour une évaluation nette, il faut considérer deux situations distinctes :
 - Certains services compris dans le forfait sont rendus par des producteurs résidents. Ces dépenses, outre le service du voyagiste et celui de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, sont allouées à la consommation du tourisme interne et sont ventilées entre les produits qu'elle comprend;
 - Certains services compris dans le forfait sont rendus par des producteurs non-résidents. Ces services font partie de ce qui a été défini comme consommation du tourisme émetteur ;

- c) Si un visiteur résident, ayant l'intention de voyager en dehors du territoire économique du pays de référence achète, directement en dehors du pays ou par l'intermédiaire d'une agence de voyages résidente, un forfait produit par un voyageur non résident, dans un système d'évaluation brute, la valeur de cette dépense est entièrement considérée comme faisant partie de la consommation du tourisme émetteur. Toutefois, dans un système d'évaluation nette, il faut de nouveau considérer deux situations distinctes :
- Certains services compris dans le forfait sont rendus par des producteurs résidents. Ces dépenses, outre le service (éventuel) de l'agence de voyages, sont allouées à la consommation du tourisme interne et sont ventilées entre les éléments du produit;
 - Certains services compris dans le forfait sont rendus par des producteurs non-résidents. Ces services, outre celui du voyageur, font partie de ce qui a été défini comme consommation du tourisme émetteur ;
- d) Dans le cas d'un visiteur non-résident projetant de se rendre dans le pays de référence, qui achète un forfait directement ou par l'intermédiaire d'une agence de voyages avant son départ, dans un système d'évaluation brute, il peut également exister deux situations différentes selon le lieu de résidence du voyageur producteur du forfait. Après observation que le service propre à l'agence de voyages elle-même échappe au champ d'application du CST (il y a opération entre deux non-résidents) : si le voyageur est un non-résident, rien ne figure dans le CST; mais si le voyageur est un résident, le montant total de la valeur du forfait est enregistrée comme consommation du tourisme récepteur. Dans un système d'évaluation nette, l'analyse est un peu plus complexe :
- Les services (y compris éventuellement celui du voyageur) vendus dans le forfait rendus par des producteurs résidents dans le pays de référence sont à considérer comme relevant de la consommation du tourisme récepteur ;
 - Les services (y compris éventuellement celui du voyageur) vendus dans le forfait offert par des producteurs ne résidant pas dans le pays de référence sont en dehors du champ d'application du CST, étant donné qu'il s'agit de services rendus par des non-résidents à un non-résident .
- 4.17 Ces adaptations entraînent non seulement une modification de la ventilation de la consommation par produits mais également de la valeur globale de la consommation du tourisme interne, de la consommation du tourisme émetteur et de la consommation du tourisme récepteur, à cause de la différence de résidence

entre, d'une part, les voyagistes produisant et vendant les forfaits et, d'autre part, les producteurs des services touristiques qu'ils vendent (implicitement) au détail. La figure 4.1 récapitule ces constatations.

Figure 4.1

Présentation sommaire des effets globaux de l'utilisation d'une évaluation nette des forfaits sur la consommation du tourisme interne, sur la consommation du tourisme émetteur et sur la consommation du tourisme récepteur

Caractéristiques du visiteur	Résidence du voyageur	Classement des composants des forfaits dans une évaluation brute	Classement des composants des forfaits dans une évaluation nette
Visiteur résident, voyageant à l'intérieur du territoire économique du pays de référence	Pays de référence	Le forfait en tant que produit global fait partie de la consommation du tourisme interne	Tous les éléments du forfait, y compris le service du voyageur, font partie de la consommation du tourisme interne
Visiteur résident, dont la destination se trouve en dehors du territoire économique du pays de référence	Pays de référence	Le forfait en tant que produit global fait partie de la consommation du tourisme interne	Les éléments produits à l'intérieur du pays, y compris les services du voyageur et de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, font partie de la consommation du tourisme interne . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, font partie de la consommation du tourisme émetteur
Visiteur résident, dont la destination se trouve en dehors du territoire économique du pays de référence	Ailleurs que dans le pays de référence	Le forfait en tant que produit global fait partie de la consommation du tourisme émetteur	Les éléments produits à l'intérieur du pays, y compris les services de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, font partie de la consommation du tourisme interne . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, y compris le service du voyageur, font partie de la consommation du tourisme émetteur
Visiteur non résident, voyageant à l'intérieur du territoire économique du pays de référence	Le pays de référence	Le forfait en tant que produit global fait partie de la consommation du tourisme récepteur	Les éléments produits à l'intérieur du pays, y compris les services du voyageur, font partie de la consommation du tourisme récepteur . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, y compris les services de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, sont exclus de l'évaluation concernant le pays de référence
Visiteur non-résident, voyageant à l'intérieur du territoire économique du pays de référence	Ailleurs que dans le pays de référence	Le forfait en tant que produit global est exclu de l'évaluation concernant le pays de référence	Les éléments produits à l'intérieur du pays font partie de la consommation du tourisme récepteur . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, y compris le service du voyageur et les services de l'agence de voyages qui a vendu le forfait, sont exclus de l'évaluation concernant le pays de référence

A.2.2. Évaluation nette des services des agences de voyages

4.18 L'évaluation nette résultant de l'extraction de la valeur des services des agences de voyages des coûts des services dans lesquels ils sont incorporés a les conséquences suivantes :

- a) Dans le cas d'un visiteur résident voyageant dans les limites du territoire économique du pays de référence, cette ventilation est sans effet sur la valeur totale allouée à la consommation des visiteurs; son seul effet est une répartition différente par produits de la consommation du tourisme interne ;
- b) Dans le cas d'un visiteur résident qui a l'intention de voyager en dehors du territoire économique du pays de référence et qui achète un service avant le départ par l'intermédiaire d'une agence de voyages, il faut considérer deux cas distincts:
 - Le service vendu par l'entremise de l'agence de voyages est rendu par un producteur résident. Dans ce cas, diviser la valeur payée par le visiteur entre la valeur du service et la valeur du service de l'agence de voyages revient encore à allouer la valeur totale à la consommation interne puisque les deux services sont rendus par des résidents. Ce cas est semblable au précédent: la valeur totale de la dépense est allouée à la consommation du tourisme interne et est répartie entre ses deux éléments;
 - Le service vendu par l'entremise de l'agence de voyages est rendu par un producteur non-résident. Dans ce cas, ce service fait partie de ce qui a été défini comme la consommation du tourisme émetteur (en supposant que la consommation du service a lieu en dehors du pays de référence), mais la part correspondant à la valeur des services de l'agence de voyages elle-même relève de la consommation du tourisme interne. La valeur totale de la consommation n'est pas modifiée par ce nouveau traitement mais les parts correspondant à la consommation du tourisme interne et à la consommation du tourisme émetteur le sont: la consommation du tourisme interne est augmentée de la valeur des services de l'agence de voyages tandis que la consommation du tourisme émetteur est diminuée de ce même montant ;
- c) Dans le cas d'un visiteur non-résident dont le voyage le mènera à l'intérieur du territoire économique du pays de référence et qui achète un service par l'intermédiaire d'une agence de voyages avant le départ, il peut également se produire deux situations distinctes. Il est à noter que l'agence de voyages

doit être située en dehors du territoire économique du pays de référence, si bien que le service de l'agence de voyages échappe au champ d'application du CST (il s'agit d'une opération entre deux non-résidents) :

- Le service vendu par l'intermédiaire de l'agence de voyages est rendu par un producteur résidant dans le pays de référence: bien que le service propre à l'agence de voyages elle-même échappe au champ d'application du CST, il n'en va pas de même du service vendu par cette agence, lequel relève de la consommation du tourisme récepteur. La valeur nette du service (après déduction du coût du service de l'agence de voyages) fait encore partie de la consommation du tourisme récepteur, mais cette valeur est maintenant moins élevée qu'avant cette opération car il faut retrancher les paiements (indirects) effectués par le visiteur aux agences de voyages non-résidentes ;
- Le service vendu par l'intermédiaire de l'agence de voyages est rendu par un producteur non résident. En pareil cas, ce service échappe lui aussi au champ d'application du CST.

4.19 À la suite de ces ajustements, non seulement la ventilation par produits est modifiée par ce genre de méthode mais les valeurs globales de la consommation du tourisme interne, de la consommation du tourisme émetteur et de la consommation du tourisme récepteur le sont également en raison de la différence de résidence entre, d'une part, les agences de voyages vendant les services touristiques et, d'autre part, les services touristiques qu'elles vendent. La figure 4.2 récapitule ces constatations.

Figure 4.2

Présentation sommaire des effets globaux de l'extraction des services des agences de voyages de la valeur des services touristiques

Caractéristiques du visiteur	Résidence de l'agence de voyages	Classement dans une évaluation brute	Classement dans une évaluation corrigée
Visiteur résident voyageant à l'intérieur du territoire économique du pays de référence	Pays de référence	En tant que produit global, le service acheté fait partie de la consommation du tourisme interne . Le service de l'agence de voyages est une consommation intermédiaire pour la production de ce service	La valeur du service (touristique) acheté est diminuée de la valeur du service de l'agence de voyages. Tous les éléments du service, y compris la composante de l'agence de voyages, font partie de la consommation du tourisme interne

Caractéristiques du visiteur	Résidence de l'agence de voyages	Classement dans une évaluation brute	Classement dans une évaluation corrigée
Visiteur résident dont la destination est en dehors du territoire économique du pays de référence	Pays de référence	En tant que produit global, le service acheté fait partie de la consommation du tourisme interne s'il est produit à l'intérieur du pays et fait partie de la consommation du tourisme émetteur s'il ne l'est pas. Le service de l'agence de voyages est une consommation intermédiaire pour la production d'un service produit à l'intérieur du pays ou une exportation dans le cas contraire	La valeur nette des éléments produits à l'intérieur du pays, y compris le service de l'agence de voyages elle-même, fait partie de la consommation du tourisme interne . La valeur nette des éléments qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays fait partie de la consommation du tourisme émetteur
Visiteur non résident se rendant dans le territoire économique du pays de référence	Autre que le pays de référence	En tant que produit global, le produit acheté est exclu de l'évaluation concernant le pays de référence s'il n'est pas produit à l'intérieur du pays et, autrement, il fait partie de la consommation du tourisme récepteur . Le service de l'agence de voyages est soit une consommation importée pour la production d'un service produit à l'intérieur du pays, soit il est exclu de l'évaluation concernant le pays de référence	La valeur nette des éléments produits à l'intérieur du pays fait partie de la consommation du tourisme récepteur . Les autres éléments, qui ne sont pas produits à l'intérieur du pays, y compris le service de l'agence de voyages, sont exclus de l'évaluation concernant le pays de référence

A.3. Classifications utilisées

A.3.1. Remarques générales

- 4.20 De même que les 10 tableaux qui composent la présente proposition peuvent normalement être élaborés en deux étapes différentes (voir paragraphes 4.3 à 4.6 ci-dessus), les classifications à employer répondront à différents stades d'élaboration de ces classifications au niveau international.
- 4.21 Pour le moment et afin d'assurer la comparabilité internationale des résultats des tableaux 1 à 7 et du tableau 10 (ensemble de tableaux de base), les présentes recommandations comprennent une liste des produits et activités considérés comme caractéristiques du tourisme (voir figures 4.3 et 4.4).

A.3.2. Remarques particulières

a) Produits

- 4.22 Les produits sont classés en trois types et sont regroupés en deux différentes catégories: les produits spécifiques du tourisme (caractéristiques et connexes) et les produits non spécifiques (tous ceux qui sont considérés comme ne présentant pas d'intérêt direct majeur pour le tourisme).

b) Unités productives

- 4.23 En ce qui concerne les unités productives, il existe trois types d'activités définies par leur production principale et qui sont regroupées en deux catégories différentes: les activités spécifiques du tourisme (caractéristiques et connexes) et les activités non spécifiques (qui comprennent toutes les autres activités de production) (voir paragraphe 3.31 ci-dessus).

- 4.24 Les activités caractéristiques du tourisme sont définies au même niveau d'agrégation que les produits caractéristiques du tourisme, à l'exception des agences de voyages, des voyagistes et des services de guides touristiques, les services culturels et les services de sport et de détente qui sont présentés sous une forme globale pour les activités et sous une forme détaillée pour les produits.

c) Liste des produits et des activités caractéristiques du tourisme

- 4.25 La liste proposée des produits caractéristiques du tourisme et des activités caractéristiques du tourisme recommandées pour l'élaboration de l'ensemble de tableaux de base sont présentées dans les figures 4.3 et 4.4.

Figure 4.3 Liste des produits caractéristiques du tourisme	Figure 4.4 Liste des activités caractéristiques du tourisme
Description des produits	Description des activités
1. Services d'hébergement 1.1 Hôtels et autres services de logement 1.2 Services touristiques d'hébergement pour compte propre ou à titre gratuit 2. Services de restauration 3. Services de transport de voyageurs 3.1 Services de transport ferroviaire interurbain de voyageurs 3.2 Services de transport routier de voyageurs 3.3 Services de transport par voie d'eau de voyageurs 3.4 Services de transport aérien de voyageurs 3.5 Services annexes des transports de voyageurs 3.6 Location de matériel de transport de voyageurs 3.7 Services d'entretien et de réparation des navires et des avions de voyageurs 4. Services d'agences de voyages, de voyagistes et de guides de tourisme 4.1 Services des agences de voyages 4.2 Services des voyagistes 4.3 Services d'information touristique et de guides touristiques 5. Services culturels 5.1 Arts dramatiques 5.2 Services de musées et autres services culturels 6. Services de loisirs et de divertissements 6.1 Sports et services sportifs récréatifs 6.2 Autres services de loisirs et de divertissements 7. Services touristiques divers 7.1 Services financiers et services d'assurance 7.2 Autres services de location de biens 7.3 Autres services touristiques	1. Hôtels et établissements assimilés 2. Propriété de résidences secondaires (imputée) 3. Restaurants et établissements assimilés 4. Transports ferroviaires de voyageurs 5. Transports routiers de voyageurs 6. Transports de voyageurs par voie d'eau 7. Transport aérien de voyageurs 8. Services annexes des transports de voyageurs 9. Location de matériel de transport de voyageurs 10. Agences de voyages et activités assimilées 11. Services culturels 12. Services sportifs et autres services récréatifs

Tableaux de correspondance entre, d'une part, la liste des produits caractéristiques du tourisme et, d'autre part, la CCP, version 1.0, ainsi qu'entre la liste détaillée des activités caractéristiques du tourisme, la CITI, rév. 3 et la CITAT, sont inclus en Annexe II.

A.4 Les tableaux

A.4.1 Vue d'ensemble

- 4.26 Les tableaux 1 à 6 utilisent l'évaluation nette proposée (à savoir l'évaluation nette des services des agences de voyages, des forfaits et des marges de distribution). En conséquence, les tableaux 1 à 6 amènent à la division de la valeur des biens achetés à l'intérieur du territoire économique en deux parties : la marge de distribution et le reste de la valeur des biens, qui comprend la valeur de base et les impôts nets sur le produit. Si seule la marge de détail est identifiée séparément, le reste de la valeur des biens inclura aussi le reste des marges de distribution.
- 4.27 La dépense de consommation finale des visiteurs en espèces étant la composante la plus importante de la consommation des visiteurs, les premiers trois tableaux, tableaux de 1 à 3, examinent cette variable en fonction des différentes formes de tourisme. Puis le tableau 4 additionne globalement toutes les composantes de la dépense de consommation finale des visiteurs en espèces et les ajustements nécessaires afin d'obtenir la consommation totale des visiteurs ou pour le compte des visiteurs, car ces ajustements ne sont pas facilement attribuables aux différentes formes de tourisme. L'agrégat clef qui provient du tableau 4 est la consommation du tourisme intérieur, qui est l'agrégat qui devra être comparé à l'offre touristique pour le calcul de l'impact économique du tourisme dans le pays de référence.
- 4.28 Le tableau 5 est le tableau de l'offre, qui présente les produits et les activités caractéristiques du tourisme à un niveau de désagrégation qui, pour l'heure, paraît le plus élevé qu'il soit raisonnable d'atteindre. On a signalé plus haut (voir paragraphes 3.18 et 3.31 ci-dessus) que ce niveau de désagrégation était conçu exclusivement aux fins de la comparabilité internationale des données recueillies par les organisations internationales en vue de leur publication. Néanmoins, les pays qui élaborent leurs propres classifications de produits et d'activités caractéristiques du tourisme et spécifiques au tourisme peuvent avoir un plus grand niveau de désagrégation que celui qui est proposé ici. Par conséquent, la colonne "industries connexes" comprendra, sous une forme agrégée, les valeurs correspondant aux activités considérées comme spécifiques dans un pays donné mais qui ne le sont pas dans la classification utilisée dans les présentes recommandations. Enfin, la colonne "autres industries non spécifiques" indiquera la valeur globale correspondant à toutes les autres industries.
- 4.29 Le tableau 6 présente une confrontation d'ensemble entre la consommation du tourisme intérieur et l'offre interne, à partir de laquelle on peut calculer la valeur ajoutée du tourisme et le PIB provenant de la consommation des visiteurs. Ce tableau est au centre du CST. Sans son élaboration, ne serait-ce qu'avec des données partielles, il n'existe pas de compte satellite du tourisme.

- 4.30 Le tableau 7 se réfère à l'emploi dans les industries touristiques ; bien que l'emploi dans les industries touristiques soit difficile à mesurer, il lui est consacré un tableau, vu son importance primordiale.
- 4.31 Comme indiqué plus haut (voir paragraphe 4.6 ci-dessus), la préparation des tableaux 8 et 9 concernant la formation brute de capital fixe du tourisme et la consommation touristique collective doit avoir, pour le moment, un caractère exclusivement expérimental. Même si peu de pays ont les données nécessaires pour les préparer, ces tableaux devront être établis dans l'avenir à cause de leur importance pour l'analyse du tourisme.
- 4.32 Enfin, le tableau 10 présente un nombre limité d'indicateurs non monétaires, exprimés essentiellement en unités physiques qui sont nécessaires pour l'interprétation des informations monétaires présentées dans les autres tableaux de base (1 à 7).
- 4.33 La plupart des tableaux présentés ici peuvent être établis à la fois à prix courants et à prix constants, en monnaie nationale et, dans le cas du tourisme international, en devises étrangères. Les évaluations à prix constants ne peuvent être appliquées de façon valable que pour les rubriques liées aux produits, tant marchands que non marchands. Les calculs à prix constants doivent être faits suivant les principes du SCN 1993.

A.4.2. Description

Tableaux 1, 2 et 3

Dépense de consommation finale des visiteurs en espèces, par produits et par types de tourisme

- 4.34 Les tableaux 1 à 3 décrivent l'élément le plus important de la consommation des visiteurs : la dépense de consommation finale des visiteurs en espèces. Le tableau 1 est axé sur le tourisme récepteur, le tableau 2 sur le tourisme interne et le tableau 3 sur le tourisme émetteur. La ventilation par produits est la même pour tous les tableaux : cependant, pour les tableaux 1 à 3 il ne devrait pas y avoir d'entrée pour ce qui est des "services touristiques d'hébergement pour compte propre ou à titre gratuit". Ce poste de consommation correspond à des opérations en nature et il est inclus dans l'ensemble des ajustements nécessaires pour l'estimation de la consommation du tourisme intérieur, qui fait l'objet du tableau 4.
- 4.35 Les tableaux 1 à 3 ont en commun les classifications, la ventilation et les principes d'évaluation. La dépense de consommation finale des visiteurs en espèces est classée selon les visiteurs concernés. Dans les cas de la consommation du tourisme récepteur et de la consommation du tourisme émetteur, cette ventilation n'impose rien, mais dans le cas de la consommation du tourisme interne (tableau 2), il faut procéder à des ajustements particuliers.

- 4.36 Le tableau 2 porte sur la dépense de consommation finale en espèces des visiteurs résidents dans l'économie interne, ce qui signifie qu'il englobe aussi la consommation des résidents dont les voyages les mènent en dehors du territoire économique du pays de référence et que, dès lors, il comprend la consommation correspondante dans le pays de référence avant le départ ou après le retour. Ces deux ensembles différents de visiteurs devraient, si possible, être indiqués séparément avec le niveau et la composition de leurs dépenses. Dans ce cas, l'estimation de la consommation du tourisme interne exigera des ajustements supplémentaires, parce que certaines consommations (c'est le cas de l'achat de biens de consommation durables spécialisés en dehors du contexte d'un voyage) ne peuvent pas être associées avec précision à l'un ou l'autre des ensembles de visiteurs.
- 4.37 Les présentes recommandations suggèrent d'établir une ventilation entre visiteurs de la journée et touristes. Si c'est possible et si c'est utile, il est aussi recommandé de créer un poste à part pour les voyageurs en transit. C'est un moyen de garantir une meilleure interprétation des données et une plus grande comparabilité internationale.
- 4.38 Deux lignes supplémentaires relient ces valeurs au nombre de voyages et de nuitées, ce qui crée un lien entre données monétaires et indicateurs non monétaires. Bien que le nombre de voyages et le nombre de nuitées ne soient pas à strictement parler des indicateurs de volume au sens de la Comptabilité nationale, il est important de suivre l'évolution des dépenses par voyage ou par nuitée comme première approximation en vue de valider la qualité des données.

Tableau 4

Consommation du tourisme intérieur, par produits et par types de tourisme

- 4.39 Le tableau 4 comprend toutes les dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces associées à la consommation du tourisme récepteur et du tourisme interne (l'agrégat obtenu étant la consommation du tourisme intérieur en espèces) ainsi que les autres éléments constitutifs de la consommation des visiteurs inclus dans la figure 21.2. (voir paragraphe 2.56 ci-dessus). Ces éléments (dépenses de consommation finale des visiteurs en nature, transferts sociaux touristiques en nature et dépenses touristiques des unités productives) sont comptabilisés dans une colonne à part et de façon globale, car ils ne sont pas facilement attribuables aux divers types de tourisme.
- 4.40 La dernière colonne concerne la consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature), qui est l'agrégat qui représente la mesure la plus complète de la consommation des visiteurs dans le pays de référence, et qui sert de base au calcul des agrégats de la valeur ajoutée du tourisme et du PIB du tourisme.

- 4.41 Les flux sont évalués selon les mêmes principes que ceux des tableaux précédents mais deux lignes particulières doivent être ajoutées pour reporter la valeur des biens produits à l'intérieur du pays et la valeur des biens importés nette des marges de distribution.
- 4.42 Le tableau 4 fournit donc des données sur la consommation intérieure des visiteurs sous une forme qui permet maintenant de les intégrer directement dans une structure où consommation et offre peuvent être comparés.

Tableau 5

Comptes de production des industries touristiques et des autres industries

- 4.43 Le tableau 5 présente les comptes de production des industries caractéristiques du tourisme et des autres industries (c'est-à-dire des industries connexes au tourisme et des industries non spécifiques du tourisme) dans le pays de référence sous une forme adaptée à la comparaison avec la consommation du tourisme intérieur. Les industries touristiques (voir paragraphe 3.54 ci-dessus) et les produits caractéristiques du tourisme sont mis en valeur et incorporés dans un cadre général d'analyse. Ce tableau de production est formellement conforme à la présentation adoptée dans le SCN 1993 : la production est ventilée par produits, elle est évaluée aux prix de base (SCN 1993, paragraphe 6.205 (a)), et elle occupe le haut du tableau. Puis la consommation intermédiaire (autrement dit les intrants) est présentée et ventilée selon la classification CCP et évaluée aux prix d'acquisition (SCN 1993, paragraphe 6.215). La différence entre ces deux valeurs est appelée valeur ajoutée aux prix de base et elle est encore ventilée entre ses composantes dans un troisième ensemble de lignes.
- 4.44 Dans les colonnes, les comptes de production des industries touristiques sont présentés individuellement, en suivant la classification adoptée. Ceux relatifs aux industries connexes au tourisme et aux industries non spécifiques du tourisme sont présentés en deux colonnes qui comportent les résultats globaux de chacun de ces ensembles d'industries. La production est évaluée aux prix de base et sa ventilation par produits correspond à une évaluation nette, qui a été définie précédemment.
- 4.45 Il faut observer que la transformation opérée par le passage d'une évaluation brute à une évaluation nette, en particulier dans le cas des forfaits et des services d'agences de voyages (voir paragraphes 4.17 et 4.19 ci-dessus), ne modifie pas la valeur ajoutée de chaque activité, même si elle peut modifier les valeurs individuelles de la production, des importations, des exportations et de la consommation intermédiaire.
- 4.46 Le bas du tableau présente en détail les intrants des processus de production (classés conformément à la CCP), puis la valeur ajoutée de chaque activité productive et ses composantes. La consommation intermédiaire des autres

industries (industries connexes au tourisme et industries non spécifiques du tourisme) est présentée de façon agrégée. Au sens strict, seule la production détaillée des industries touristiques est nécessaire.

Tableau 6

Offre interne et consommation du tourisme intérieur, par produits

- 4.47 Le tableau 6 est le cœur du système du CST : c'est là où se fait la confrontation entre l'offre et la consommation du tourisme intérieur et où l'on peut calculer la valeur ajoutée du tourisme et le PIB du tourisme ainsi que leurs composantes.
- 4.48 Les lignes du tableau 6 sont analogues à celles du tableau 5. Plus précisément, le premier bloc de lignes présente en détail la production par produit des activités caractéristique du tourisme ; en mettant en valeur les services ; et, tout particulièrement, les services caractéristiques du tourisme. La production totale d'une activité (en colonne) est obtenue en faisant la somme de ses productions par produit. Le bloc de lignes suivant présente la consommation intermédiaire par produit et un total. La différence entre la production totale (aux prix de base) et les intrants totaux (aux prix d'acquisition) donne la valeur ajoutée aux prix de base. Le dernier bloc de lignes présente les composantes de la valeur ajoutée.
- 4.49 Les colonnes sont d'abord organisées par activité productive, en mettant l'accent sur les industries touristiques qui sont présentées individuellement. L'offre par les producteurs internes est d'abord ajoutée par activités afin d'obtenir la valeur correspondant à la production totale des producteurs internes aux prix de base. Ensuite cette colonne est ajoutée à la colonne suivante, intitulée « importations », qui représente l'offre de biens et services importés dans l'économie interne (cas marginaux des services de transport rendus par des producteurs non-résidents sur les lignes intérieures d'un pays ou prestation de services d'assurances par une compagnie non résidente pour voyager à l'intérieur du pays), et à une colonne qui reprend la valeur des impôts nets de subventions sur les produits de production interne et importés, afin d'obtenir la colonne intitulée "offre interne totale aux prix d'acquisition".
- 4.50 Cette offre interne totale est comparée systématiquement à la consommation du tourisme intérieur produit par produit (c'est-à-dire ligne par ligne). Dans certaines circonstances (voir paragraphes 4.87 à 4.89 ci-après), la valeur des biens aux prix de base ou aux prix d'acquisition par les détaillants peut être exclue de la confrontation. La part de la consommation du tourisme intérieur pour chaque composante de l'offre est calculée par activité et par produit, ainsi que globalement pour chaque produit.
- 4.51 Pour la plupart des variables présentées dans les colonnes, il est aussi prévu une colonne pour présenter la part du tourisme dans cette variable. Il s'agit d'établir quelle part de la valeur de la variable est attribuable à la consommation du

tourisme intérieur. Pour ce qui est de la production (partie supérieure du tableau), les valeurs de la part du tourisme peuvent être établies de différentes façons - à partir des informations directes des prestataires (informations sur leurs catégories de clients), en s'adressant aux visiteurs eux-mêmes (enquêtes par sondage sur les dépenses par produit) - ou en prenant l'avis d'experts connaissant bien ces relations. La dernière colonne du tableau 6 fournit le "ratio du tourisme" sur l'offre (exprimé en part de la consommation des visiteurs par rapport à l'offre interne de chaque produit).

- 4.52 À partir de la part du tourisme calculée pour la production, on peut, grâce à différentes techniques de calcul impliquant des hypothèses concernant les technologies appliquées aux processus de production des établissements, estimer pour chaque activité la part du tourisme à appliquer aux composantes de la consommation intermédiaire. A partir de la différence entre la valeur de la production attribuable à la consommation des visiteurs et celle attribuable à la consommation intermédiaire, il est possible de calculer la valeur ajoutée associée à la consommation des visiteurs. Ces calculs supposent habituellement l'utilisation de techniques d'input-output et des processus de réduction d'un tableau rectangulaire entrées sorties à un tableau carré input-output produit par produit.
- 4.53 L'implication de cette approche qui utilise plusieurs hypothèses concernant la production de biens et services est que les résultats sont essentiellement modélisés plutôt que directement observés et arbitrés à partir de données statistiques. Cela tient au fait que, comme on l'a déjà largement expliqué, la valeur ajoutée est formellement associée à un processus de production pris dans son ensemble et non pas à un produit spécifique.
- 4.54 En conséquence, pour chaque activité, on peut calculer une estimation de la valeur ajoutée (aux prix de base) correspondant à la consommation du tourisme intérieur. En additionnant sur toutes les activités, on peut obtenir la valeur ajoutée totale (aux prix de base) correspondant à cette variable.
- 4.55 S'il est difficile d'émettre des hypothèses pour le calcul de la valeur ajoutée du tourisme, c'est encore plus vrai pour le calcul du PIB du tourisme. C'est parce que la différence entre la valeur ajoutée du tourisme et le PIB du tourisme consiste essentiellement en des impôts et des subventions, et que la part qui revient au tourisme dans ces composantes n'est pas nécessairement aussi étroitement liée à la livraison de produits touristiques que ne le sont la consommation intermédiaire et la production. Si le calcul du PIB du tourisme est possible, il convient toutefois de noter qu'il fait intervenir d'autres éléments, en conséquence de quoi il importe d'utiliser et d'interpréter ces résultats avec prudence.
- 4.56 La valeur ajoutée du tourisme et le PIB du tourisme provenant de la consommation du tourisme intérieur peuvent être calculés à partir du tableau 6. La valeur ajoutée du tourisme est obtenue en additionnant les valeurs ajoutées

qui correspondent à la consommation du tourisme intérieur pour toutes les activités. Pour obtenir le PIB engendré par la consommation du tourisme intérieur, il faut ajouter à la valeur ajoutée du tourisme les impôts nets de subventions au titre des produits et des importations relevant du secteur touristique, chiffre qui correspond exactement à la différence entre l'évaluation de cette variable aux prix d'acquisition et son évaluation aux prix de base, puisque les marges de distribution ont déjà été prises en compte.

- 4.57 En théorie, ces agrégats (valeur ajoutée du tourisme et PIB du tourisme ; voir paragraphes 4.82 à 4.98 ci-après) devraient être indépendants du détail avec lequel les calculs ont été faits, en particulier des activités caractéristiques du tourisme qui ont été identifiées. Mais cela ne se vérifie pas dans la pratique, parce que la valeur ajoutée par produit n'est pas directement observable. Plus l'analyse est détaillée et plus les hypothèses sur la façon dont la consommation des visiteurs affecte chaque activité productive sont fines et ajustées, plus la mesure est précise.

Tableau 7

L'emploi dans les industries touristiques

- 4.58 Le caractère saisonnier, la grande variabilité des conditions de travail, la flexibilité et le manque de formalisme de beaucoup de contrats de travail dans nombre de petites unités de production sont les principaux obstacles à l'obtention de chiffres fiables relatifs à l'emploi dans les industries touristiques. Cela explique pourquoi, même s'il ne fait pas de doute que l'emploi est une variable déterminante pour la description de l'importance économique du tourisme, les déficiences statistiques ne permettent pas à ces recommandations d'être très ambitieuses pour le moment.
- 4.59 La mesure de l'emploi est limitée à l'emploi dans les industries touristiques et les indicateurs utilisés pour exprimer son importance seront le nombre de postes de travail et le nombre de personnes employées ayant au moins un emploi dans ces industries.
- 4.60 Il est proposé deux grandes ventilations du nombre de postes de travail : l'une selon le genre de la personne employée, l'autre selon une classification simplifiée de la situation dans la profession, seuls les employés étant séparés du reste de la main-d'œuvre.
- 4.61 Pour ce qui est du nombre de personnes employées, la classification se fait par activité en fonction de l'emploi principal, défini soit par le nombre d'heures de travail, soit par le revenu obtenu. La seule ventilation proposée est une ventilation par genre.

- 4.62 À titre de variable supplémentaire, le nombre d'établissements pour chaque industrie du tourisme est également présenté, de façon à ce que l'on puisse calculer un nombre moyen de postes de travail pour chaque établissement, par genre et par situation dans la profession.
- 4.63 En conséquence, l'évaluation proposée ici porte sur une quantification restrictive de l'emploi selon sa signification statistique (puisque tout le volume lié à une industrie ne correspond pas dans son intégralité à la consommation des visiteurs) et son champ (puisque'il y a, dans les industries non touristiques, des niveaux d'emploi qui correspondent partiellement à la consommation des visiteurs).

Tableau 8

Formation brute de capital fixe des industries touristiques et d'autres industries

- 4.64 Les lignes du tableau 8 constituent la liste proposée de produits intégrant la formation brute de capital fixe (voir annexe IV) liée au tourisme et les colonnes forment différents blocs. Le premier bloc comprend les acquisitions nettes de biens de capital de chacune des industries touristiques et permet de dériver l'agrégat « formation brute de capital fixe des industries touristiques ». Le premier bloc est suivi par deux colonnes comprenant les acquisitions nettes de biens de capital spécifiques du tourisme par les administrations publiques et toutes les autres industries. La dernière colonne enregistre finalement le total de chaque bien d'équipement acquis.
- 4.65 Le tableau 8 présente les données selon les deux premiers points de vue analytiques mentionnés antérieurement (voir paragraphe 2.81 ci-dessus), l'objectif étant de présenter un ensemble de données de base qui puisse être utilisé pour établir différents agrégats. En revanche, les présentes recommandations ne font pas explicitement état d'un agrégat « formation brute de capital fixe du tourisme ».
- 4.66 On propose d'inclure dans ce tableau une colonne supplémentaire pour mémoire afin d'enregistrer les actifs non financiers non produits. Ces actifs ne sont pas produits et, par conséquent, ne font pas partie de la formation brute de capital fixe dans le cadre du SCN 1993. Dans certains cas, ils représentent toutefois un élément important des investissements touristiques non financiers. Le tableau 8 présente une différenciation entre actifs corporels non produits du tourisme (comprenant les terrains pour la construction de bâtiments et ouvrages touristiques et les terrains pour les activités récréatives publiques et privées) et les actifs incorporels non produits du tourisme (comprenant les droits de licence, les accords de crédit-bail et autres contrats négociables et les fonds de commerce).

Tableau 9

Consommation touristique collective, par fonctions et par niveaux administratifs

4.67 La liste qui suit est proposée à titre expérimental dans le but de mesurer les services touristiques collectifs non marchands:

- Promotion du tourisme ;
- Réglementation générale du tourisme ;
- Planification et coordination générales des affaires touristiques ;
- Production de statistiques et d'information de base sur le tourisme ;
- Administration de bureaux d'information touristiques ;
- Contrôle et réglementation des établissements en contact avec les visiteurs (hôtels, restaurants, parcs de loisirs, etc.) ;
- Contrôle s'appliquant spécifiquement aux visiteurs résidents et non-résidents : délivrance de visas et contrôles aux frontières ;
- Services spéciaux de défense civile liés à la protection des visiteurs ;
- Autres services.

Un travail postérieur, pour relier cette classification à la Classification des fonctions des administrations publiques (CFAP) ¹ serait la bienvenue.

4.68 Il faut souligner que les services individuels non marchands, comme ceux rendus par les parcs nationaux et les musées sont exclus, puisqu'ils sont considérés dans le cadre des transferts sociaux en nature et sont donc compris dans la consommation des visiteurs.

4.69 Le tableau 9 suggère une évaluation de ces informations par type de service et niveau d'administration. La production est mesurée, comme c'est toujours le cas pour les services non marchands du SCN 1993, par l'intermédiaire des coûts de production, y compris la consommation de capital fixe comme composante de ces coûts.

4.70 Pour mémoire, il est proposé une colonne supplémentaire destinée à recueillir des informations sur les services dont les industries touristiques bénéficient mais qui sont financés par elles et qui ne rentrent donc pas dans la consommation touristique collective. Dans de nombreux pays, ce sont les industries touristiques qui financent en partie la promotion du tourisme, les bureaux d'information, etc. Connaître ces dépenses est indispensable lorsqu'on veut mesurer l'efficacité des politiques de promotion.

Tableau 10

Indicateurs non monétaires

- 4.71 Le tableau 10 présente certains indicateurs quantitatifs qui ont été employés dans quelques-uns des tableaux précédents et qui sont importants pour l'interprétation de l'information monétaire présentée. Les indicateurs incluent le nombre de voyages par type de tourisme, catégories de visiteurs et durée du séjour ; indicateurs physiques concernant les formes d'hébergement ; moyens de transport utilisés par les visiteurs non résidents qui se déplacent vers le territoire économique du pays de référence ; et enfin, nombre et taille des établissements qui relèvent des activités caractéristiques du tourisme et connexes au tourisme.
- 4.72 Comme l'indique explicitement le SCN 1993, les indicateurs physiques sont une composante importante des comptes satellites et, par conséquent, ils ne devraient, en aucun cas, être considérés comme un élément secondaire du CST (SCN 1993, paragraphes 21.5 et 21.113). Toutefois, il faudra s'employer davantage à mieux faire le lien entre la liste provisoire d'indicateurs non monétaires et la logique qui sous-tend les tableaux monétaires. Il sera ainsi plus facile d'utiliser les indicateurs non monétaires comme un élément clé de l'analyse du tourisme.

B. Agrégats

- 4.73 Les agrégats ne sont pas les éléments les plus importants du compte satellite du tourisme, dont l'objectif essentiel est celui d'offrir des informations détaillées et analytiques sur le tourisme sous tous ses aspects : la composition de la consommation des visiteurs, les activités de production les plus concernées par les activités des visiteurs et les relations avec d'autres activités productives. Néanmoins les agrégats ont un grand impact politique qui ne peut être négligé, puisqu'ils mesurent de façon résumée l'importance quantitative du tourisme dans le pays de référence.
- 4.74 Par conséquent, il est nécessaire que ces principaux agrégats soient comparables avec d'autres macro-indicateurs à l'intérieur d'un pays.
- 4.75 Les agrégats qui sont présentés peuvent être mesurés dans la monnaie nationale du pays de référence. L'utilisation d'une devise internationale rendrait la comparabilité internationale plus directe, mais une conversion de ce genre exige l'utilisation de méthodes spécifiques d'équivalence (l'utilisation du taux de change officiel ou tout autre taux général devrait être systématiquement évitée).

- 4.76 Les agrégats peuvent aussi être établis à prix courants (c'est-à-dire aux prix réellement en vigueur) ou à prix constants (c'est-à-dire par rapport aux prix d'une période de base ou de référence). Cette dernière présentation, qui facilite les comparaisons dans le temps, est destinée à mettre l'accent sur l'évolution du volume d'activités en la distinguant de l'évolution des prix.

B.1. Principaux agrégats

- 4.77 Les présentes recommandations proposent de calculer les agrégats suivants qu'on considère habituellement comme un ensemble d'indicateurs pertinents de l'importance du tourisme dans une économie :

- Consommation du tourisme intérieur en espèces ;
- Consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature) ;
- Valeur ajoutée des industries touristiques ;
- Valeur ajoutée du tourisme (ou valeur ajoutée touristique) ;
- PIB du tourisme.

- 4.78 Ces agrégats sont ceux qui doivent être utilisés pour le moment à des fins de comparaison internationale; c'est-à-dire, au cours de la première étape d'élaboration d'un CST.

B.1.1. Consommation du tourisme intérieur

- 4.79 D'abord et avant tout, le tourisme est essentiellement un concept de demande, plus précisément un concept de consommation. Les caractéristiques du visiteur (le consommateur) déterminent si la consommation concernant un produit est ou non liée au tourisme. Aussi est-il légitime de donner une importance particulière aux agrégats qui sont axés sur la consommation. Comme on l'a vu au chapitre 2 (voir paragraphe 2.57 ci-dessus), les formes et les circonstances du tourisme sont des aspects importants à prendre en considération. La consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature) caractérise globalement le volume de la consommation des visiteurs à l'intérieur du territoire économique du pays de référence, dont la composante en espèces est la plus importante.

- 4.80 Si l'on applique les principes du SCN 1993 qui guident la préparation de la comptabilité nationale d'un pays, il est logique de comparer ces agrégats aux principaux agrégats de la comptabilité nationale, en particulier au produit national brut ou au produit intérieur brut, de la même façon qu'on leur compare les importations totales, les exportations totales, la consommation finale totale des ménages ou l'excédent ou le déficit du secteur public. Toutefois, il faut souligner que les agrégats de la consommation des visiteurs ne doivent pas être exprimés comme une part du produit intérieur brut ou de la consommation finale des

ménages au niveau agrégé, puisque leur couverture diffère. En particulier, la consommation des visiteurs inclue des transactions –les dépenses touristiques des unités productives- que la comptabilité nationale classe dans la consommation intermédiaire des activités productives et non pas dans la demande finale.

B.1.2. Offre touristique

- 4.81 Pour caractériser l'offre touristique, on utilise trois indicateurs qui sont légèrement différents les uns des autres et se complètent mutuellement.

a) Valeur ajoutée des industries touristiques

- 4.82 La rubrique "valeur ajoutée des industries touristiques" additionne simplement la valeur ajoutée totale de toutes les activités productives caractéristiques du tourisme, indépendamment de l'importance relative de la production fournie aux visiteurs ou du degré de spécialisation de leur processus de production. Elle exclut l'effet de la consommation des visiteurs sur d'autres activités productives.
- 4.83 Bien que la valeur ajoutée des industries touristiques soit un indicateur souvent utilisé pour mesurer l'importance économique du tourisme, c'est un indicateur généralement inadéquat du volume du tourisme dans un pays donné. La consommation par les visiteurs de la production des divers producteurs caractéristiques est variable, allant d'une part prépondérante de la production totale (par exemple, transport des voyageurs par vols réguliers, hôtels) à une part plus réduite (par exemple, restaurants avec service complet). Comme le "caractère touristique" d'une production déterminée n'est pas défini par ses propriétés particulières mais par l'objectif poursuivi par le consommateur au moment de l'achat, il y a entre la production des industries touristiques (offre interne) et la consommation du tourisme intérieur (demande interne) un plus grand décalage que pour tout autre phénomène économique fonctionnel, comme la santé ou l'éducation. En conséquence, la valeur ajoutée des industries touristiques, en tant qu'indicateur aussi bien de la demande que de l'offre, risque de donner une image déformée de la valeur ajoutée réellement associée à la consommation du tourisme intérieur dans le pays de référence.
- 4.84 La difficulté tient en partie au fait que le calcul de la valeur ajoutée des industries touristiques dépend de la définition des industries caractéristiques du tourisme, qui peut varier d'un pays à l'autre. En outre, à cause des disparités existant entre pays, la prise en compte des mêmes industries caractéristiques n'aboutit pas nécessairement à des mesures comparables des incidences du tourisme dans ces pays.

b) Valeur ajoutée du tourisme

- 4.85 Étant donné qu'une valeur ajoutée peut être associée à la valeur d'une partie de la production d'une unité productive, la valeur ajoutée du tourisme peut être définie comme la valeur ajoutée engendrée par les industries touristiques et les autres industries dans l'économie en réponse à la consommation du tourisme intérieur.
- 4.86 La valeur ajoutée du tourisme comprend la part de valeur ajoutée engendrée par toutes les industries dans le processus de fourniture de biens et de services aux visiteurs ou aux visiteurs potentiels ou à des tiers pour leur compte.
- 4.87 En comparant cette mesure avec la valeur ajoutée des industries touristiques, cette dernière comprendrait toute la valeur ajoutée engendrée par les restaurants, puisque leur activité est englobée en tant qu'industrie touristique. Par contraste, bien que la valeur ajoutée du tourisme inclut la valeur ajoutée engendrée par les repas servis aux visiteurs dans les restaurants, elle exclut la valeur ajoutée correspondant aux repas servis à des non-visiteurs par ces mêmes restaurants. Elle exclut également la valeur ajoutée engendrée par les restaurants dans le cadre de toute autre activité secondaire comme la prestation de services de traiteur à des entreprises locales, la location d'espace à des tiers et de toute autre production dont ne profitent pas les visiteurs.
- 4.88 Il est important de souligner que la valeur ajoutée du tourisme inclut la valeur ajoutée associée à la production des activités secondaires qui, bien que faisant partie de la consommation des visiteurs, n'est pas produite par les établissements dont l'activité principale est une activité caractéristique du tourisme. Par conséquent, la valeur ajoutée du tourisme est indépendante de la définition des industries et produits caractéristiques du tourisme. Ceci justifie sa pertinence en tant que mesure comparable à l'échelle internationale de l'impact économique du tourisme.
- 4.89 Le calcul de la valeur ajoutée du tourisme (et de l'agrégat dit produit intérieur brut du tourisme) pose certaines difficultés dans le cas de l'acquisition de biens par les visiteurs. Ces difficultés sont expliquées ci-après.
- 4.90 Bien que les services constituent une part importante des achats des visiteurs (services de transport, d'hébergement et d'alimentation, notamment), les visiteurs peuvent aussi effectuer des achats de biens pour et pendant leur voyage, achats qui peuvent être le motif même du voyage, comme dans le cas d'une tournée de dépôts d'usine ou d'une visite ciblée à une zone hors douane.
- 4.91 Ainsi qu'on l'a vu, la consommation des visiteurs est calculée d'après le prix d'achat total des marchandises, c'est-à-dire le prix intégralement payé, en contrepartie de l'achat, par le visiteur ou par d'autres en son nom.

- 4.92 Le plus souvent, les producteurs des biens ne sont ni ceux qui vendent leur production au consommateur final, ni ceux qui les servent en bout de ligne : il existe toute une chaîne de transporteurs, de grossistes et de détaillants qui participent à la vente au visiteur. La marchandise vendue peut aussi bien avoir été produite à proximité du lieu d'achat, que dans un autre pays.
- 4.93 C'est la chaîne au complet qui intervient dans l'offre proposée au visiteur : le producteur, le transporteur, celui qui écoule le produit sous une forme ou une autre et, enfin, dernier maillon de la chaîne, le détaillant, qui vend la marchandise au visiteur. Généralement, le producteur ignore totalement qui est l'acheteur final.
- 4.94 La valeur d'acquisition des marchandises, telle qu'elle est définie, permet théoriquement de décomposer la valeur de l'offre touristique entre la valeur de base de la marchandise et les marges correspondantes. L'idéal serait qu'avec les informations disponibles on puisse procéder à une décomposition complète, de sorte que la mesure de l'offre touristique de biens ne soit pas tributaire des données disponibles. Il peut arriver qu'il n'existe pas de ventilation des différentes marges. Une situation de ce genre devra être traitée à la lumière des problèmes posés par ces données.
- 4.95 Le schéma d'évaluation utilisé dans les tableaux proposés est un modèle cohérent dans lequel la valeur des produits et les marges de distribution correspondantes sont clairement présentées. Dans les tableaux, les données sont enregistrées sur la même base que dans les comptes nationaux, et il est donc possible de mesurer les divers agrégats en conformité avec les principes retenus pour les comptes nationaux.
- 4.96 Globalement, le traitement des biens entrant dans l'offre touristique est compliqué car il faut déterminer s'il convient d'inclure tous les produits intermédiaires provenant des divers intervenants dans la chaîne jusqu'à la vente ou uniquement ceux provenant du producteur en contact direct avec le visiteur, c'est-à-dire le détaillant. Il n'est pas aisé de trancher dans un sens ou dans l'autre car telle ou telle solution peut sembler préférable selon l'objet de l'analyse en cours. Un pays pourra donc choisir une méthode plutôt qu'une autre pour évaluer l'offre touristique en fonction de ses objectifs.
- 4.97 Faute d'une position commune à cet égard, il est signalé dans les présentes recommandations que les organisations intergouvernementales internationales (comme l'OMT, l'OCDE et Eurostat) devront continuer à étudier les critères d'évaluation à appliquer pour analyser les incidences économiques du tourisme, et les normes à employer pour présenter les résultats et les comparer au niveau international. Pour ce travail, elles devront s'inspirer de l'expérience acquise par divers pays au moment de l'élaboration et de l'utilisation de leur CST.

4.98 Cependant, le choix du traitement ayant une influence importante sur le calcul de la valeur ajoutée du tourisme, il est nécessaire que les pays indiquent comment les biens sont traités. S'ils retiennent la valeur ajoutée de toutes les activités intervenant dans l'offre de biens, ils devront vérifier l'incidence de cette méthode sur le résultat obtenu.

c) Produit intérieur brut engendré par la consommation du tourisme intérieur

4.99 Suite aux recommandations du SCN 1993, la valeur ajoutée des agents économiques est établie aux prix de base. Autrement dit, les productions de chaque activité sont évaluées aux prix de base en excluant tous les impôts nets sur les produits (c'est-à-dire les impôts indirects diminués des subventions sur la production) et la consommation intermédiaire est évaluée aux prix d'acquisition, c'est-à-dire en incluant les marges de distribution et tous les impôts nets sur les produits. Toutefois, comme les dépenses de consommation sont évaluées dans le SCN 1993 aux prix d'acquisition, à savoir en incluant tous les impôts nets sur les produits, il y a une part de l'impôt d'un pays sur les produits et les importations qui est directement liée à la consommation des visiteurs.

4.100 Puisque le PIB total d'une économie est égal à la somme de la valeur ajoutée engendrée par toutes les activités productives (aux prix de base) plus les impôts nets sur la production et importations, il est possible de fixer des règles pour mesurer le PIB engendré par la consommation des visiteurs. C'est la somme de la valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par toutes les industries en réponse à la consommation du tourisme intérieur et du montant des impôts nets sur la production et les importations inclus dans la valeur de cette dépense.

4.101 La figure 4.5 montre les relations entre les différents agrégats économiques qui caractérisent la dimension du tourisme du point de vue de l'offre.

Figure 4.5

Relations entre les différents agrégats économiques caractérisant la dimension du tourisme du point de vue de l'offre

	Valeur ajoutée des industries touristiques (VAIT)	Valeur ajoutée du tourisme (VAT)	Produit intérieur brut de l'industrie touristique (PIBT)
Valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par l'offre des industries touristiques aux visiteurs	oui	oui	oui
Valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par l'offre des industries touristiques aux non-visiteurs	oui	non	non
Valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par l'offre aux visiteurs émanant d'activités n'appartenant pas aux industries touristiques	non	oui	oui
Valeur ajoutée (aux prix de base) engendrée par l'offre aux non-visiteurs émanant d'activités n'appartenant pas aux industries touristiques	non	non	non
Impôts nets sur la production et les importations inclus dans la valeur de la consommation du tourisme intérieur (aux prix d'acquisition)	non	non	oui

4.102 À ce stade, il est important de souligner trois points :

- Les seuls indicateurs caractérisant strictement l'offre touristique proviennent de la valeur ajoutée du tourisme et du PIB du tourisme. La valeur ajoutée des industries touristiques est une mesure de l'offre touristique mais ne se trouve pas suffisamment bien définie par rapport à la consommation des visiteurs pour être considérée la mesure la plus appropriée de l'offre touristique ;
- La valeur ajoutée du tourisme et le PIB du tourisme peuvent donner des mesures de l'importance économique du tourisme dans un pays comme le fait le PIB de toute activité productive. Cependant, ils ne se réfèrent pas au tourisme en tant qu'activité productive, comparable aux activités productives du SCN 1993. Ce sont des indicateurs provenant d'un rapprochement de la consommation et de l'offre du tourisme, et leur valeur dépend du champ d'application de la mesure de la consommation des visiteurs qu'adopte un pays ;

- L'estimation de la valeur ajoutée du tourisme et du PIBT du tourisme se base sur un certain nombre d'hypothèses et, par conséquent, il faut en tenir compte lors de l'utilisation ou de l'interprétation de ces agrégats.

B.2. Autres agrégats

- 4.103 Dans la présente section, il est question d'un ensemble de quatre agrégats dont l'élaboration, exception faite du premier (emploi touristique), devrait faire l'objet de la deuxième phase d'établissement d'un CST à laquelle il a été fait allusion plus haut (voir paragraphe 4.6 ci-dessus).
- 4.104 Dans le cas de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la consommation touristique collective, déterminées respectivement à partir des tableaux 8 et 9, le caractère limité des estimations ne résulte pas uniquement des nombreux problèmes méthodologiques ; il peut aussi être attribué au manque d'expérience en matière de définition de solutions applicables pour l'estimation des données correspondantes par les bureaux de statistique nationaux.
- 4.105 Le dernier agrégat (demande touristique totale) est une mesure synthétique obtenue par l'agrégation de la consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature), de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la consommation touristique collective. Cet agrégat peut avoir un intérêt analytique pour l'estimation du poids économique du tourisme dans un pays donné.

B.2.1. Emploi touristique

- 4.106 Il est difficile d'estimer et de justifier sur le plan théorique l'association d'un niveau d'emploi à une partie spécifique de la production d'une activité productive, association qui est nécessaire pour le calcul des emplois engendrés par la consommation des visiteurs.
- 4.107 Comme il n'existe qu'une expérience partielle et limitée concernant l'affectation de l'emploi à une partie spécifique de la production, les présentes recommandations n'incluent l'évaluation d'aucun des agrégats de l'emploi touristique engendré par la consommation des visiteurs.
- 4.108 En conséquence, pour le moment, les présentes recommandations ne considèrent que le calcul de l'emploi dans les industries touristiques (c'est-à-dire dans l'ensemble des établissements dont l'activité productive principale est une activité caractéristique du tourisme) en utilisant deux indicateurs : le nombre de postes de travail et le nombre de personnes employées.

B.2.2. Formation brute de capital fixe du tourisme

- 4.109 Ainsi qu'on l'a signalé aux chapitres 2 et 3 ci-dessus, il existe plusieurs points de vue sur la formation brute de capital fixe du tourisme, et on peut proposer différents agrégats suivant la perspective adoptée par les analystes.
- 4.110 En conséquence, l'estimation d'un agrégat dit formation brute de capital fixe du tourisme n'est proposée qu'à titre d'exercice statistique ayant son utilité, et aucun agrégat spécifique ne sera utilisé, pour le moment, pour les comparaisons internationales.

B.2.3. Consommation touristique collective

- 4.111 Le fait que les services collectifs non marchands aient été exclus de la consommation des visiteurs ne signifie pas que la mesure du volume des dépenses de l'administration publique dans les domaines de la promotion des marchés, de l'information, de la planification, etc., liés au tourisme, manque d'intérêt et qu'elle n'a pas sa place dans la mesure globale de l'importance économique du tourisme.
- 4.112 Dans de nombreux pays, le secteur public joue un rôle important dans le développement harmonieux des activités touristiques. Il met en place le cadre juridique de ces activités. Il impose certains contrôles sur la production des services et, dans certains cas, garantit la qualité des services rendus. Il fixe le cadre juridique des investissements privés et élabore des normes pour la protection de l'environnement et du patrimoine culturel et historique. Il étudie les mouvements de visiteurs et recommande certaines initiatives publiques pour attirer les visiteurs vers certains endroits à certains moments. Il organise d'importantes manifestations et coordonne des initiatives privées au service des visiteurs. Dans certains cas, il organise et contrôle le financement des investissements requis pour le tourisme.
- 4.113 Ces fonctions peuvent être développées aux différents niveaux de l'administration: au niveau national, au niveau régional (sous-national) et même au niveau d'entités locales.
- 4.114 L'intérêt de ces différentes activités conçues par l'administration publique peut être évalué selon les mêmes paramètres de mesure que tout autre service collectif non marchand, à savoir par leur coût de production. La valeur de la consommation est, par convention, égale à la valeur de la production.

4.115 Toutefois, il faut reconnaître qu'en plus de ses limites conceptuelles, il n'existe qu'une expérience partielle et restreinte de ce type de mesure. En conséquence, l'estimation de la consommation touristique collective n'est proposée que comme un exercice statistique utile et, pour le moment, elle ne servira pas aux comparaisons internationales.

B.2.4. Demande touristique

4.116 La consommation du tourisme intérieur constitue l'agrégat central qui permet de déterminer l'ampleur de la consommation directe des visiteurs dans le pays de référence. On pourrait cependant songer à des conceptions plus larges de la demande touristique, et il est donc légitime de penser que l'agrégat de la consommation du tourisme intérieur pourrait valablement être complété par d'autres composantes de la demande finale qui s'expliquent par le fait que l'accent est mis sur les visiteurs. Il n'est cependant pas question de faire de ces composantes additionnelles de la demande l'ensemble des dépenses qui servira de base à l'évaluation du produit intérieur brut du tourisme.

4.117 Dans les présentes recommandations on propose donc un agrégat supplémentaire "demande touristique totale", qui est égal à la somme de la consommation du tourisme intérieur, de la formation brute de capital fixe du tourisme et de la consommation touristique collective. Il est à noter toutefois que les problèmes de définition et de mesure posés par la formation brute de capital fixe du tourisme et la consommation touristique collective touchent aussi, par répercussion, la demande touristique totale, et qu'il est donc impossible de donner pour l'instant une définition précise de demande touristique totale.

4.118 Ainsi, compte tenu des observations qui précèdent, les présentes recommandations considèrent opportun d'ajourner l'estimation de cet agrégat à des fins de comparaisons internationales, jusqu'à ce que l'on acquière plus d'expérience et que l'on effectue d'autres recherches méthodologiques, notamment en ce qui concerne la formation brute de capital fixe du tourisme et la consommation touristique collective.

Notes

¹ Voir Classification des fonctions des administrations publiques (CFAP), Publication des Nations Unies, numéro de vente 00.XVII.6).

Consommation du tourisme récepteur, par produits et par catégories de visiteurs
(dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces)
(Évaluation nette)

X sans objet

(1) Correspond aux marges des agences de voyages

(1) Correspond aux marques des agences de voyages

Deux motifs principaux sont à l'origine de cette décision :

- l'importance des différences actuelles (tant de niveau que de structure) entre les types de biens acquis par les visiteurs, selon le pays et les lieux visités ;

- les limites des sources disponibles pour l'obtention de données statistiques.

Les biens ne sont toutefois pas totalement bannis de cette analyse, puisque le commerce de détail (spécialisé et non spécialisé) associé à la vente des biens aux visiteurs est inclus dans la liste. Cela tient au fait que l'activité productive associée est une activité qui se trouve en contact avec le visiteur et que par conséquent, dans certaines circonstances, elle peut être considérée comme une activité touristique.

Tableau 2

Consommation du tourisme interne, par produits et groupes ad hoc de visiteurs résidents
(dépense finale de consommation des visiteurs en espèces)
(Évaluation nette)

[illegible]

X sans objet

(a) Voir note ci-dessous Tableau 1

(*) Ce groupe de visiteurs se réfère aux visiteurs résidents dont le voyage les conduira en dehors du territoire économique du pays de référence. Ces colons comporteront leurs dépenses de consommation dans le pays de référence avant leur départ ou après leur retour.

(**) Étant donné que certaines dépenses ne peuvent pas être associées séparément à chacun des groupes ad hoc de catégories de visiteurs (par exemple, biens de consommation durables à finalité touristique unique achetés ou acquis en dehors du cadre d'un voyage), l'estimation de la consommation interne (qui correspond à la dernière colonne du tableau) exigera quelques ajustements spécifiques. Par conséquent, la consommation finale des visiteurs résidents, ne correspond pas exactement à la somme de ses composantes.

(1) Correspond aux marques des agences de voyage

(2) Correspond aux marges des voyageurs

(3) La valeur est nette des montants payés aux agences de voyage et aux voyageurs

(4) La valeur est nette des marges de distribution

Tableau 3

Consommation du tourisme émetteur, par produits et par catégories de visiteurs
(dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces)
(Évaluation nette)

Produits	Visiteurs de la journée (3.1)	Touristes (3.2)	Total visiteurs (3.3)=(3.1)+(3.2)
A. Produits spécifiques			
A.1 Produits caractéristiques (a)			
1 – Services d'hébergement	X		
1.1 – Hôtels et autres services de logement (3)	X		
1.2 – Serv.tour.hébergement pr cpte propre ou gratuit	X	X	X
2 – Services de restauration (3)			
3 – Services de transport de voyageurs (3)			
3.1 Services de transport ferroviaire (3)			
3.2 Services de transport routier (3)			
3.3 Services de transport par voie d'eau (3)			
3.4 Services de transport par voie aérienne (3)			
3.5 Services annexes de transport			
3.6 Location de matériel de transport			
3.7 Services d'entretien et de réparation de navires et d'avions			
4 – Serv. d'agences de voyages, de voyageurs et de guides			
4.1 Agences de voyages (1)			
4.2 Voyageurs (2)			
4.3 Services d'information touristique et guides de tourisme			
5 – Services culturels (3)			
5.1 Arts dramatiques			
5.2 Services de musées et autres			
6 – Services de loisirs et de divertissements (3)			
6.1 Sports et services sportifs récréatifs			
6.2 Autres services de loisirs et de divertissements			
7 – Services touristiques divers			
7.1 Services financiers et services d'assurance			
7.2 Autres services de location de biens			
7.3 Autres services touristiques			
A.2 Produits connexes			
marges de distribution			
biens (4)			
services			
B. Produits non spécifiques			
marges de distribution			
biens (4)			
services			
TOTAL			
	nombre de voyages		
	nombre de nuitées		

X sans objet

(a) Voir note ci-dessous Tableau 1

(1) Correspond aux marges des agences de voyages

(2) Correspond aux marges des voyageurs

(3) La valeur est nette des montants payés aux agences de voyage et aux voyageurs

(4) La valeur est nette des marges de distribution

Tableau 4

Consommation du tourisme intérieur, par produits et par types de tourisme
(Évaluation nette)

Products	Dépenses de consommation finale des visiteurs en espèces			Autres composantes de la consommation des visiteurs (4.4)**	Consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature) (4.5) = (4.3) + (4.4)
	Consommation du tourisme récepteur (4.1)*	Consommation du tourisme interne (4.2)**	Consommation du tourisme intérieur (4.1) + (4.2) = (4.3)		
A. Produits spécifiques A.1 Produits caractéristiques (a) 1 – Services d'hébergement 1.1 – Hôtels et autres services de logement (3) 1.2 – Serv.tour.hébergement pr cpte propre ou gratuit 2 – Services de restauration (3) 3 – Services de transport de voyageurs (3) 3.1 Services de transport ferroviaire (3) 3.2 Services de transport routier (3) 3.3 Services de transport par voie d'eau (3) 3.4 Services de transport par voie aérienne (3) 3.5 Services annexes de transport 3.6 Location de matériel de transport 3.7 Services d'entretien et de réparation de navires et d'avions 4 – Serv. d'agences de voyages, de voyagistes et de guides 4.1 Agences de voyages (1) 4.2 Voyagistes (2) 4.3 Services d'information touristique et guides de tourisme 5 – Services culturels (3) 5.1 Arts dramatiques 5.2 Services de musées et autres 6 – Services de loisirs et de divertissements (3) 6.1 Sports et services sportifs récréatifs 6.2 Autres services de loisirs et de divertissements 7 – Services touristiques divers 7.1 Services financiers et services d'assurance 7.2 Autres services de location de biens 7.3 Autres services touristiques A.2 Produits connexes marges de distribution services B. Produits non spécifiques marges de distribution services	X	X	X		
Valeur des biens de production nationale (nette des marges de distribution)					
Valeur des biens importés (nette des marges de distribution)					
TOTAL					

X sans objet

(a) Voir note ci-dessous Tableau 1

(*) Correspond au poste 1.3 du tableau 1

(**) Correspond au poste 2.9 du tableau 2

(***) Ces composantes (dépenses de consommation finale des visiteurs en nature, transferts sociaux touristiques en nature et dépenses touristiques des unités productives) sont établies de façon globale, étant donné qu'elles ne sont pas faciles à allouer par type de tourisme

(1) Correspond aux marges des agences de voyage

(2) Correspond aux marges des voyagistes

(3) Valeur nette des montants payés aux agences de voyage et aux voyagistes

Tableau 6
Offre interne et consommation du tourisme intérieur par produits
(Évaluation nette)

Produits	INDUSTRIES TOURISTIQUES										Industries connexes	TOTAL industries touristiques		Industries non spécifiques		Production totale des producteurs résidents	* importations	Impédiments de subventions sur les produits de production interne et les importations	Offre interne (aux prix d'acquisition)	Consommation du tourisme intérieur	Ratio tourisme- offre
	1 - Hôtels-éto. assim.		2 - Propriété rés. second. (Pnr/ntk)		***		12 - Serv. sportifs/autres serv. récréatifs		production	part du tourisme		production	part du tourisme								
	production	part du tourisme	production	part du tourisme	produc- tion	part du tourisme	production	part du tourisme													
A. Produits spécifiques																					
A.1 Produits caractéristiques (a)																					
1 - Services d'hébergement																					
1.1 - Hôtels et autres services de logement (3)																					
1.2 - Service d'hébergement p/cpte propre ou gratuit																					
2 - Services de restauration (3)																					
3 - Services de transport de voyageurs (3)																					
3.1 Services de transport ferroviaire (3)																					
3.2 Services de transport routier (3)																					
3.3 Services de transport par voie d'eau (3)																					
3.4 Services de transport par voie aérienne (3)																					
3.5 Services annexes de transport																					
3.6 Location de matériel de transport																					
3.7 Services d'entretien et de réparation de navires et d'avions																					
4 - Serv. d'agences de voyages, de voyagistes et de guides																					
4.1 Agences de voyages (1)																					
4.2 Voyagistes (2)																					
4.3 Services d'information touristique et guides de tourisme																					
5 - Services culturels (3)																					
5.1 Arts dramatiques																					
5.2 Services de musées et autres																					
6 - Services de loisirs et de divertissements (3)																					
6.1 Sports et services sportifs récréatifs																					
6.2 Autres services de loisirs et de divertissements																					
7 - Services touristiques divers																					
7.1 Services financiers et services d'assurance																					
7.2 Autres services de location de biens																					
7.3 Autres services touristiques																					
A.2 Produits connexes																					
marques de distribution																					
services																					
B. Produits non spécifiques																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					
services																					
marques de distribution																					

Tableau 7
Emploi dans les industries touristiques

Industries touristiques	Nombre d'établissements	Nombre de postes de travail			Situation dans la profession						Nbre de personnes employées		
		Total			Employés			Autres			Total		
		Homme	Femme	Total	Homme	Femme	Total	Homme	Femme	Total	Homme	Femme	Total
1 – Hôtels et établissements assimilés													
2 – Propriété de résidences secondaires (imputée)													
3 – Restaurants et établissements assimilés													
4 – Transport ferroviaire de voyageurs													
5 – Transport routier de voyageurs													
6 – Transport de voyageurs par voie d'eau													
7 – Transport aérien de voyageurs													
8 – Services annexes des transports de voyageurs													
9 – Location de matériel des transports de voyageurs.													
10 – Agences de voyages et activités assimilées													
11 – Services culturels													
12 – Services de sports et autres services récréatifs													
TOTAL													

X sans objet

Tableau 8

Formation brute de capital touristique fixe des industries touristiques et des autres industries

	Biens de capital	INDUSTRIES TOURISTIQUES												Autres industries		Total formation brute de capital touristique fixe des industries touristiques et autres
		1 - Hôtels et établissements assimilés	2 - Propriété de résid secondaires (imputée)	3 - Restaurants et établissements assimilés	4 - Transport ferroviaire de voyageurs de fer	5 - Transport routier de voyageurs	6 - Transport de voyageurs par voie d'eau	7 - Transport aérien de voyageurs	8 - Location de matériel de transport de voyageurs	9 - Location de matériel de transport de voyageurs	10 - Agences de voyages et activités assimilées	11 - Services culturels	12 - Services de sport et autres services récréatifs	Total Industries touristiques		
														Administration publique	Autres	
A. Actifs non financiers produits																
A1. Actifs fixes corporels																
1. Hébergement touristique																
1.1. Hôtels et autres hébergements collectifs			X													
1.2. Logements à usage touristique																
2. Autres bâtiments et structures			X													
2.1. Restaurants et bâtiments similaires			X													
2.2. Construction ou infrastructure pour le transport de voyageurs par route, chemin de fer, eau, air			X											(1)		
2.3. Bâtements pour services culturels et similaires			X													
2.4. Installations sportives, pour la détente et le divertissement			X													
2.5. Autres constructions et structures			X												(1)	
3. Matériel de transport de voyageurs			X													
3.1. Par la route et le chemin de fer			X													
3.2. Par voie d'eau			X													
3.3. Aérien			X													
4. Autres matériels et équipements			X												(1)	
A2. Actifs fixes incorporels			X												(1)	
B. Améliorations foncières de terrains exploitées à des fins touristiques																
TOTAL																

Pour mémoire:

C. Actifs non financiers non produits																
1. Corporels		X														
2. Incorporels		X														
TOTAL		X														

X sans objet

(1) Uniquement ceux servant au tourisme

Tableau 9
Consommation touristique collective, par fonctions et par niveaux administratifs

Fonctions	Niveau national (9.1)	Niveau régional (Etat) (9.2)	Niveau local (9.3)	TOTAL consommation touristique collective (9.4)= (9.1)+(9.2)+(9.3)	Consommation intermédiaire des industries touristiques
					Pour mémoire (*)
Promotion du tourisme					
Planification et coordination générales concernant le tourisme					X
Élaboration de statistiques et d'informations de base sur le tourisme					X
Administration des bureaux d'information					
Contrôle et réglementation des établisss.en contact avec les visiteurs					X
Contrôle spécifique aux visiteurs résidents et non résidents					X
Services spéciaux de défense civile pour la protection des visiteurs					
Autres services					
TOTAL					

X sans objet

(*) Cette colonne reflète les dépenses des industries touristiques pour la promotion du tourisme ou d'autres services liés aux fonctions décrites, quand il y a lieu.

Annexes

Annexe I

Liste des produits spécifiques du tourisme (associés à la consommation des visiteurs)

1. La transposition des recommandations du SCN 1993 au secteur du tourisme en ce qui concerne l'établissement d'une distinction entre produits caractéristiques du tourisme et produits connexes au tourisme (SCN 1993, § 21.61, 21.62 et 21.66) devrait s'appuyer sur les critères pratiques suivants (voir plus haut § 3.17) :

Produits caractéristiques du tourisme : produits qui, en l'absence de visiteurs, dans la plupart des pays, cesseraient probablement d'exister en quantité significative ou dont la consommation diminuerait de façon importante et pour lesquels il semble possible d'obtenir des données statistiques ;

Produits connexes au tourisme : produits appartenant à la catégorie résiduelle de ceux identifiés comme produits spécifiques du tourisme dans un pays donné mais pour lesquels cette identification n'a pas encore été reconnue au niveau mondial ;

Produits spécifiques du tourisme : la somme des deux catégories précédentes.

2. Parmi les produits spécifiques associés au tourisme, la présente liste ne retient que les biens de consommation et les services achetés directement par les visiteurs ; elle n'inclut donc ni les biens de capital ni les services collectifs non marchands liés au tourisme. Elle exclut également, parmi les produits spécifiques du tourisme du côté de l'offre, ceux qui ne sont pas des biens et services de consommation acquis par les visiteurs, tels que les services de restauration pour les passagers des compagnies de transport et les services de consultants pour le développement du tourisme.
3. La présente liste ne comprend pour l'instant aucun bien. Deux motifs principaux sont à l'origine de cette décision :
 - l'importance des différences actuelles (tant de niveau que de structure) entre les types de biens acquis par les visiteurs, selon le pays et les lieux visités ;
 - les limites des sources disponibles pour l'obtention de données statistiques.
4. Les biens ne sont toutefois pas totalement bannis de cette analyse : le commerce de détail (spécialisé et non spécialisé) associé à la vente de biens aux visiteurs y est inclus. La raison en est que l'activité productive associée est une activité qui se trouve en contact avec le visiteur et que par conséquent, dans certaines circonstances, elle peut être considérée comme une activité touristique.

5. Pour l'instant, les critères utilisés pour déterminer si un produit est ou non caractéristique du tourisme ou connexe au tourisme sont pragmatiques, car nul n'a encore d'expérience de l'utilisation de listes détaillées de produits pour la quantification de l'impact économique du tourisme. C'est également ce qui explique que la présente liste soit provisoire. Lorsque l'on aura accumulé davantage d'expérience de l'utilisation pratique des comptes satellites pour le tourisme et d'autres domaines tels que la santé et l'éducation, la liste devra être étoffée et modifiée.
6. Le principal objectif de la liste des produits spécifiques du tourisme est de rendre possibles les comparaisons internationales permettant l'analyse économique du tourisme. Elle devrait en outre servir de référence aux pays qui souhaitent établir leur propre liste de produits spécifiques du tourisme.
7. Cette liste étant conçue pour un usage universel, il peut se faire que dans un pays donné ou dans telles ou telles circonstances particulières, certains produits considérés comme spécifiques d'une situation n'y soient pas inclus ou qu'au contraire, certains produits pris en compte dans la liste ne soient pas spécifiques du tourisme en l'espèce. En suivant les critères établis, tous les pays pourront déterminer quels sont les produits de la liste connexes au tourisme et ceux caractéristiques du tourisme, en fonction de la situation locale.
8. La liste des produits spécifiques du tourisme est dérivée de la Classification centrale de produits (CCP), version 1.0, mais elle a été développée, en fonction des besoins, en vue de l'analyse du tourisme. D'autres classifications ont également été prises en compte, comme par exemple la Classification de la consommation individuelle par fonction (COICOP), la Classification statistique des produits par activité (CPA) de l'Union européenne, la classification proposée par l'OCDE pour l'analyse du tourisme, de même qu'un certain nombre d'autres listes établies aux mêmes fins par des organismes nationaux.
9. Pour coder les différents éléments de la liste, on a utilisé des codes à six chiffres, avec un point entre les cinquième et sixième chiffres. Les cinq premiers chiffres correspondent au code de la version 1.0 de la CCP et le sixième est exclusivement utilisé pour la liste des produits spécifiques du tourisme.
10. Lorsque le sixième chiffre est un zéro, cela signifie que l'élément concerné est le même que celui présenté dans la version 1.0 de la CCP et qu'il en a été tiré ; lorsqu'il est différent de zéro, l'élément ne correspond que partiellement au code de la version 1.0 de la CCP. Par exemple, le code 63110.0 « Hotel and motel lodging services » est identique au code 63110 de la CCP, alors que le code 63199.1 « Sleeping car... » ne correspond qu'en partie au code 63199 de la CCP.
11. Enfin, des notes explicatives ont été ajoutées à la liste afin de définir avec davantage de précision le contenu spécifique de chacun de ses éléments constitutifs.

**Liste des produits spécifiques du tourisme
(associés à la consommation des visiteurs)**

CPC/code	Title
63110.0	Services d'hébergement en hôtels et motels
63191.0	Services d'hébergement en centres de villégiature
63192.0	Services de location de logements meublés
63193.0	Services d'hébergement en auberges de jeunesse
63194.0	Services d'hébergement en camps de vacances pour jeunes
63195.0	Services d'hébergement en terrains de camping et de caravanage
63199.1	Services de wagons-lits et services similaires offerts à bord d'autres moyens de transport; résidences d'étudiants
63210.0	Services de repas dans les restaurants traditionnels (à la table)
63220.0	Services de repas en libre-service
63290.0	Autres services de restauration
63300.0	Services de consommation de boissons sur place
64111.1	Services réguliers de transports ferroviaires interurbains de voyageurs
64111.2	Services non réguliers de transports ferroviaires interurbains de voyageurs
64112.0	Services de transports ferroviaires urbains et suburbains de voyageurs
64211.0	Services de transports urbains et suburbains réguliers de voyageurs par route
64212.0	Services de transports urbains et suburbains spéciaux de voyageurs par route
64213.0	Services de transports interurbains réguliers de voyageurs par route
64214.0	Services de transports interurbains spéciaux réguliers de voyageurs par route
64219.1	Services de remonte-pentes réguliers de voyageurs
64219.2	Services de funiculaires-téléphériques de voyageurs
64221.0	Services de taxis
64222.0	Services de location de voitures particulières avec chauffeur
64223.0	Services de location d'autocars avec chauffeur
64224.0	Service de transport de personnes par véhicules à traction humaine ou animale
65111.0	Services de transport de voyageurs par transbordeurs maritimes ou côtiers
65119.1	Services réguliers de transports maritimes ou côtiers de voyageurs
65119.2	Services non-réguliers de transports maritimes ou côtiers de voyageurs
65119.3	Services de croisières

65119.4	Services de transport de voyageurs dans des navires destinés au transport de marchandises
65130.1	Services de location de navires de transport maritime ou côtier, avec équipage
65140.0	Services de remorquage et de poussage maritime ou côtier
65211.0	Services de transport de voyageurs par transbordeurs sur les voies navigables intérieures
65219.1	Services réguliers de transport de voyageurs sur les voies navigables intérieures
65219.2	Services d'excursions touristiques
65219.3	Services de croisières
65230.0	Services de location de bateaux fluviaux avec équipage
65240.0	Services de poussage et de remorquage fluvial
66110.0	Services de transports aériens réguliers de voyageurs
66120.1	Services de transports aériens non réguliers de voyageurs
66120.2	Services de tourisme aérien, par avion ou hélicoptère
66400.0	Services de location d'aéronefs avec équipage
67300.0	Services d'aide à la navigation
67400.0	Services annexes des transports ferroviaires
67510.0	Services de gares routières
67520.1	Services d'exploitation des autoroutes
67520.2	Services d'exploitation de ponts et de tunnels
67530.1	Services d'installations de stationnement
67590.0	Autres services annexes des transports routiers
67610.0	Services d'exploitation des ports et voies navigables (à l'exclusion de la manutention)
67630.0	Services de sauvetage et de renflouement
67690.1	Services annexes des transports par eau relatifs au combustible
67690.2	Services d'entretien et de conservation des navires privés de passagers
67710.0	Services d'exploitation des aéroports (à l'exclusion de la manutention)
67790.0	Autres services annexes des transports aériens ou spatiaux
67811.0	Services d'agences de voyages
67812.0	Services d'organismes de tourisme
67813.0	Services d'information touristique
67820.0	Services de guides touristiques
71100.1	Services de cartes de voyages
71100.2	Services de crédit pour voyages
71100.3	Services de crédit pour l'acquisition de véhicules
71311.1	Services d'assurance-vie au cours du voyage

71320.1	Services d'assurance-accident au cours du voyage
71320.2	Services d'assurance-maladie au cours du voyage
71331.1	Services d'assurance de véhicules à moteur
71334.1	Services d'assurance d'aéronefs de voyageurs dans le cadre d'un usage privé
71334.2	Services d'assurance de navires de voyageurs dans le cadre d'un usage privé
71339.1	Services d'assurance de voyage
71552.0	Services de change
72211.1	Services auxiliaires aux activités de multipropriété
73111.0	Services de location d'automobiles et d'utilitaires légers sans chauffeur
73114.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'autocaravanes et caravanes, sans opérateur
73115.1	Services de location simple ou en crédit-bail de bateaux, sans équipage
73116.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'aéronefs, sans équipage
73240.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de transport terrestre sans moteur
73240.2	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements pour les sports d'hiver
73240.3	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de transport aérien, sans moteur
73240.4	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de sport nautiques
73240.5	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de camping
73240.6	Services de location simple ou en crédit-bail de selles
73290.1	Services de location de caméras y matériel de photos
83811.1	Services de photos pour passeports et visas
83820.0	Services de traitement photographique
83910.0	Services de traduction et d'interprétation
84510.0	Services de bibliothèques
84520.0	Services d'archives
85970.0	Services d'organisation de foires commerciales et expositions
87141.0	Services d'entretien et de réparation d'automobiles

87142.0	Services d'entretien et de réparation de motocycles et de motoneiges
87143.0	Services d'entretien et de réparation de remorques, de semi-remorques et d'autres véhicules à moteur non classés ailleurs
87149.1	Services d'entretien et de réparation de bateaux de plaisance à usage privé
87149.2	Services d'entretien et de réparation d'aéronefs de plaisance à usage privé
87290.1	Services d'entretien et de réparation d'autres produits n.c.a.
91131.1	Services de permis de pêche
91131.2	Services de permis de chasse
91210.1	Services d'émission de passeports
91210.2	Services d'émission de visas
92900.1	Services d'enseignement de langues
92900.2	Services de préparation à l'obtention de permis
96151.0	Services de projection de films cinématographiques
96230.0	Services d'exploitation d'installations de spectacles
96310.0	Services de professionnels du spectacle
96411.0	Services de musées, à l'exception de sites et bâtiments historiques
96412.0	Services de préservation des sites et monuments historiques
96421.0	Services de jardins botaniques et zoologiques
96422.0	Services de réserves naturelles, y compris les services de préservation de la faune
96510.0	Services de promotion et d'organisation de manifestations sportives et récréatives
96520.1	Services de terrains de golf
96520.2	Services d'exploitation des pistes de ski
96520.3	Circuit de courses
96520.4	Services des écoles d'équitation
96520.5	Services des parcs de loisirs et des plages
96590.1	Services de risque et d'aventure
96620.1	Services des écoles sportives
96620.2	Services de guides (montagne, chasse et pêche)
96910.1	Services de parcs à thème
96910.2	Services de parcs de loisirs
96910.3	Services de foires et de carnaval
96920.1	Services des casinos
96920.2	Services de machines à sous
97230.1	Services de bien-être physique
97230.2	Services de saunas et bains de vapeur

97230.3	Services de massages
97230.4	Services des établissements de cures thermales
97910.0	Services d'accompagnement
99000.0	Services fournis par les organismes et organes extraterritoriaux
62121.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de fruits et légumes
62122.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de produits laitiers, d'œufs et d'huiles et graisses comestibles
62123.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de viande, volailles et gibier
62124.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de poisson et autres fruits de mer
62125.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de pâtisserie et confiserie
62126.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de boissons
62128.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de produits du tabac
62132.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de tentes et articles de camping
62133.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de vêtements, fourrures et accessoires pour vêtements
62134.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de chaussures
62142.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente d'équipements de radio et de télévision, d'instruments de musique et disques, partitions et bandes de musique
62151.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de livres, journaux, revues et papeterie
62152.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente d'équipements photographiques, optiques et de précision
62154.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de montres, horloges et joaillerie
62155.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente d'articles sportifs, y compris les bicyclettes
62156.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente d'articles de cuir et autres accessoires de voyage
62159.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de souvenirs
62175.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente d'articles de parfumerie, de cosmétique et de savons de toilette

62181.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de véhicules à moteur, motocyclettes, véhicules pour se déplacer sur la neige ainsi que les pièces et accessoires correspondants
62182.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente d'autres équipements de transport, à l'exception des bicyclettes
62184.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente d'ordinateurs et de « software »
62191.1	Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de combustibles solides, liquides et gazeux et produits similaires
62221.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de fruits et légumes
62222.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de produits laitiers, d'œufs et d'huiles et graisses comestibles
62223.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de viande, volailles et gibier
62224.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de poisson et autres fruits de mer
62225.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de pâtisserie et confiserie
62226.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de boissons
62228.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de produits du tabac
62232.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de tentes et articles de camping
62233.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de vêtements, fourrures et accessoires pour vêtements
62234.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de chaussures
62242.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente d'équipements de radio et de télévision, d'instruments de musique et disques, partitions et bandes de musique
62251.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de livres, journaux, revues et papeterie
62252.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente d'équipements photographiques, optiques et de précision
62254.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente montres, horloges et joaillerie
62255.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente d'articles sportifs, y compris les bicyclettes
62256.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente d'articles de cuir et autres accessoires de voyage

62259.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de souvenirs
62275.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente d'articles de parfumerie, de cosmétique et de savons de toilette
62281.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de véhicules à moteur, motocyclettes, véhicules pour se déplacer sur la neige ainsi que les pièces et accessoires correspondants
62282.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente d'autres équipements de transport, à l'exception des bicyclettes
62284.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente d'ordinateurs et de « software »
62291.1	Services de commerce de détail spécialisés dans les magasins de vente de combustibles solides, liquides et gazeux et produits similaires

Notes explicatives ^a

- 63110.0 Services d'hébergement en hôtels et motels**
Cette sous-classe comprend:
- les services d'hébergement et services connexes non comptés à part fournis par hôtels, motels, auberges et établissements d'hébergement similaires.
- 63191.0 Services d'hébergement en centres de villégiature**
Cette sous-classe comprend:
- les services d'hébergement et services connexes fournis par les camps de vacances, les villages de vacances et les établissements de villégiature analogues destinés aux adultes ou aux familles. Sont également compris les autres services non comptés à part associés à l'hébergement.
- 63192.0* Services de location de logements meublés**
Cette sous-classe comprend:
- les services d'hébergement et services connexes fournis par les immeubles de rapport, appartements-hôtels, pensions de famille, appartements et maisons privées, fermes et autres logements loués meublés. Dans la plupart des cas, le seul service offert par ces établissements est le logement, même si des services de restauration sont parfois compris.
- Cette sous-classe ne comprend pas:
- les services d'hébergement en hôtels, cf. 63110.0;
- les services de location de logements meublés pour séjours de longue durée, cf. 72111 (pnt). ^b

^a Pour la codification des différents articles de la liste, on s'est servi d'un code à six chiffres. Un point a été inséré entre les cinquième et sixième chiffres. Les cinq premiers chiffres correspondent au système de codage de la CCP et le sixième sert exclusivement pour la liste des produits spécifiques du tourisme. Si le sixième chiffre est un zéro, cela signifie que l'article est le même que celui figurant dans la CCP et qu'il en a été extrait, mais si le sixième chiffre n'est pas un zéro, l'article ne correspond que partiellement à la CCP. En conséquence, les notes explicatives des articles ayant un zéro (0) comme dernier chiffre sont presque identiques à celles de la version 1.0 de la CCP. Néanmoins, il a été ajouté un astérisque (*) après le dernier chiffre dans les cas où cette correspondance est sans objet. C'est principalement le cas des produits : a) qui ne sont pas considérés comme liés au tourisme et alors on a ajouté la mention « pnt » (produit non touristique) et b) qui sont, par contre, liés au tourisme et déjà inclus dans un article précis de la classification pour la correspondance entre la CCP et la liste des produits spécifiques du tourisme. Enfin, quand le dernier chiffre diffère de zéro (0), la note explicative diffère de celle de la version 1.0 de la CCP et elle est donc propre à la liste des produits spécifiques du tourisme

^b pnt – produit non touristique.

- 63193.0 Services d'hébergement en auberges de jeunesse**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services d'hébergement et services connexes non comptés à part fournis par les auberges de jeunesse et établissements similaires. Ces services se différencient de ceux offerts par les hôtels par l'éventail moins large des services proposés ;
 - les services d'hébergement fournis par les refuges de montagne.
- 63194.0 Services d'hébergement en camps de vacances pour jeunes**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services d'hébergement et services connexes fournis par les camps de vacances pour enfants et jeunes. Sont également compris les autres services non comptés à part associés à l'hébergement.
- 63195.0* Services d'hébergement en terrains de camping et de caravanage**
 Cette sous-classe comprend:
 - les services d'hébergement et services connexes non comptés à part fournis par les parcs pour caravanes ou véhicules de loisirs, les terrains de camping et les installations similaires. Ces services comprennent soit la fourniture du seul emplacement, soit la fourniture de l'emplacement ainsi que de la tente ou de la caravane qui s'y trouve installée.
- Cette sous-classe ne comprend pas:
 - les services de location d'emplacements pour caravanes résidentielles, cf. 72111 (pnt);
 - les services de location de caravanes et de véhicules de loisir, cf. 72114 (pnt).
- 63199.1 Services de wagons-lits et services similaires offerts à bord d'autres moyens de transport ; résidences d'étudiants**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services de wagons-lits et services similaires offerts à bord d'autres moyens de transport, par exemple les transbordeurs;
 - les services d'hébergement fournis par les internats scolaires et résidences d'étudiants.
- 63210.0 Services de repas dans les restaurants traditionnels (à la table)**
 Cette sous-classe comprend:
 - les services de préparation et services connexes (boissons) fournis par les restaurants, les cafés et les établissements de restauration similaires qui offrent un service complet assuré par du personnel servant les clients à leur table (comptoirs et petites salles compris), que ce service s'accompagne ou non de la présentation d'un spectacle ;

- les services de préparation et de fourniture de repas et services connexes (boissons) fournis par les hôtels ou autres établissements d'hébergement ou à bord de moyens de transport, comme trains ou navires, offrant normalement un service complet assuré par du personnel servant les clients à leur table (comptoirs et petites salles compris) ;
- les services de wagons-restaurants.

Cette sous-classe ne comprend pas:

- les services de consommation sans repas, cf. 63300.0.

63220 .0

Services de repas en libre-service

Cette sous-classe comprend:

- les services de préparation et de fourniture de repas par les établissements de restauration en libre-service, où les clients sont assis à table mais ne sont pas servis par du personnel. Sont compris les services de préparation et de fourniture de repas et boissons sans service fournis par les restaurants offrant un éventail de plats préparés ;
- les services de cantine, c'est-à-dire les services de préparation et de fourniture de repas et boissons, habituellement à prix réduits, fournis à des groupes de personnes clairement définis ayant généralement entre elles des liens de caractère professionnel, par exemple les cantines sportives, cantines d'usines ou de bureaux, cantines et cuisines scolaires, restaurants universitaires, mess et cantines militaires, etc.

Cette sous-classe ne comprend pas:

- les services de préparation et de fourniture de repas par des établissements qui n'offrent pas de services et généralement pas de places assises, cf. 63290.0;
- les services de consommation de boissons sans repas, cf. 63300.0.

63290.0*

Autres services de restauration

Cette sous-classe comprend :

- les autres services de préparation et de fourniture de repas et boissons fournis par des établissements de restauration rapide, kiosques à boissons, sandwicheries, etc., ne proposant pas obligatoirement d'installations (chaises, etc.) pour consommer sur place ;
- les services de glaciers et salons de thé ;
- les services de vente par automate d'aliments préparés sur place ;
- les services de vente itinérante, à partir de véhicules motorisés ou non, préparant et servant des aliments et des boissons à consommer immédiatement.

Cette sous-classe ne comprend pas ::

- les services de vente par automate d'aliments non préparés sur place, cf. 6242 (pnt).

63300.0*

Service de consommation de boissons sur place

Cette sous-classe comprend:

- les services de consommation de boissons, principalement des boissons alcoolisées, fournis par les bars, brasseries, boîtes de nuit, discothèques et établissements similaires, avec ou sans présentation d'un spectacle. Sont compris les services fournis par les bars exploités par des hôtels et autres établissements d'hébergement ou à bord de moyens de transport, par exemple trains ou navires.

Cette sous-classe ne comprend pas:

- les services de vente par automate d'aliments non préparés sur place, cf. 6242 (pnt);
- les services de préparation et de vente de repas et services connexes de vente de boissons, cf. 632.

64111.1

Services réguliers de transports ferroviaires interurbains de voyageurs

Cette sous-classe comprend :

- les services réguliers de transports interurbains de voyageurs par chemins de fer, indépendamment de la distance parcourue et de la classe empruntée;
- les services de transport de bagages, animaux, etc. accompagnés, sans paiement supplémentaire.

Cette sous-classe ne comprend pas :

- les services de wagons-lits, cf. 63199.1
- les services de wagons-restaurants, cf. 63210.0.

64111.2

Services non réguliers de transports ferroviaires interurbains de voyageurs

Cette sous-classe comprend:

- les services non réguliers de transports interurbains de voyageurs par chemin de fer, indépendamment de la distance parcourue et de la classe empruntée ;
- les services de transport de bagages, animaux, etc. accompagnés, sans paiement supplémentaire.

64112.0*

Services de transports ferroviaires urbains et suburbains de voyageurs

Cette sous-classe comprend:

- transport ferroviaire urbain et suburbain de voyageurs ;
- par trafic urbain, on entend les trajets pour lesquels le point de départ et la destination sont situés sur le territoire d'une seule et même unité urbaine; par trafic suburbain de navette, on entend les trajets à l'intérieur d'une vaste zone métropolitaine regroupant des agglomérations contiguës ;
- les services fournis par les chemins de fer urbains de transports publics à grande capacité (chemins de fer souterrains ou élevés) ;
- les services de transport des bagages, animaux, etc., accompagnés, sans paiement supplémentaire.

64211.0

Services de transports urbains et suburbains réguliers de voyageurs par route

Cette sous-classe comprend:

- les services de transports urbains et suburbains réguliers de voyageurs fournis en empruntant des lignes déterminées, en respectant un horaire préétabli et étant accessibles à tous, par autobus, autocars et trolleybus sur le territoire d'une agglomération ou d'un groupe d'agglomérations contiguës ;
- les services de transport de bagages, animaux, etc., accompagnés, sans paiement supplémentaire.

Cette sous-classe ne comprend pas :

- les services de transports interurbains et suburbains de voyageurs par chemin de fer, cf. 64112.0.

64212.0

Services de transports urbains et suburbains spéciaux de voyageurs par route

Cette sous-classe comprend:

- les services de transport de voyageurs fournis, sur un itinéraire déterminé et à des horaires préétablis, à des groupes spécifiques d'usagers, comme écoliers, collégiens, personnel entreprise ;
- transport régulier entre un centre urbain et les aéroports ou stations de ce centre urbain ou localités suburbaines en autobus et par navette ou limousines avec chauffeur ;
- transport de bagages, animaux, etc. accompagnés, sans paiement supplémentaire.

Cette sous-classe ne comprend pas :

- les services de taxi, cf. 64221.0;
- les services de location de voitures particulières avec chauffeur, cf. 64222.0 ;
- les services non réguliers de navettes d'aéroports, cf. 64221.0.

- 64213.0 Services de transports interurbains réguliers de voyageurs par route**
Cette sous-classe comprend:
- les services de transports interurbains réguliers de voyageurs fournis en empruntant des lignes déterminées, en respectant un horaire préétabli et étant accessibles à tous, par autobus, autocars et trolleybus et autres moyens de transport similaires ;
- les services de transport de bagages, animaux, etc., accompagnés, sans paiement supplémentaire.
- 64214.0* Services de transports intrurbains spéciaux réguliers de voyageurs par route**
Cette sous-classe comprend:
- les services de transports interurbains réguliers de voyageurs fournis, en empruntant des lignes déterminées, en respectant un horaire préétabli et étant accessibles à tous, par autobus, autocars, trolleybus ou autres modes transport semblables ;
- entre une agglomération et une autre ;
- entre une agglomération et les aéroports ou gares d'une autre agglomération ;
- par autobus ou par navette ou limousines avec chauffeur.
- 64219.1 Services de remonte-pentes réguliers de voyageurs**
Cette sous-classe comprend :
- transport de voyageurs fonctionnant au moyen d'un câble, par exemple, les services de remonte-pentes ainsi que les services de transports réguliers analogues.
- 64219.2 Services de funiculaires-téléphériques de voyageurs**
Cette sous-classe comprend:
- transport de voyageurs fonctionnant au moyen d'un câble, par exemple, les funiculaires, téléphériques ainsi que les services de transports réguliers analogues.
- 64221.0* Services de taxis**
Cette sous-classe comprend:
- les services de taxis assurés par des véhicules automobiles pour des déplacements tant urbains que suburbains ou interurbains. Ces services, généralement fournis sur la base d'une distance à parcourir, ont une durée limitée dans le temps et portent sur une destination précise. Sont également compris les services de réservation connexes;
- services de navette non réguliers aux aéroports.

Cette classe ne comprend pas:

- les services de taxis assurés par des véhicules à traction animale ou humaine, cf. 64224.0;
- les services d'ambulances, cf. 93192 (pnt).

64222.0

Services de location de voitures particulières avec chauffeur

Cette sous-classe comprend:

- les services de location de voitures, avec chauffeur, quel que soit l'endroit de prestation, à l'exception des services de taxis. Ces services sont généralement fournis à un nombre restreint de personnes pour une durée déterminée et impliquent souvent des déplacements vers plusieurs destinations.

64223.0

Services de location d'autocars avec chauffeur

Cette sous-classe comprend:

- les services de location d'autocars avec chauffeur, généralement fournis pour une durée et une distance déterminée. Ils impliquent souvent des déplacements vers plusieurs destinations;
- les services d'autocars de visites touristiques, y compris de tours de ville. Les services connexes non facturés séparément (guides, repas, etc.) sont inclus.

64224.0*

Services de transport de personnes par véhicules à traction humaine ou animale

Cette sous-classe comprend :

- les services de transport de personnes par les véhicules à traction humaine ou animale, comme cyclo-pousses, ou par des bêtes de somme, pour autant que les services d'un conducteur soient compris.

65111.0

Services de transport de voyageurs par transbordeurs maritimes ou côtiers

Cette sous-classe comprend :

- les services de transports réguliers et non réguliers de voyageurs par transbordeurs, y compris les hydroptères et les aéroglisseurs ;
- les services de transport des véhicules, bagages, animaux, etc., accompagnés, sans paiement supplémentaire.

65119.1

Services réguliers de transports maritimes ou côtiers de voyageurs

Cette sous-classe comprend :

- les services de transports réguliers de voyageurs en haute mer, quelle que soit la classe de service empruntée ;
- les services de transport de voyageurs de port à port.

- 65119.2 Services non réguliers de transports maritimes ou côtiers de voyageurs**
Cette sous-classe comprend:
- les services de transports non réguliers de voyageurs en haute mer, quelle que soit la classe de service empruntée ;
- les services de transport de voyageurs de port à port.
- 65119.3 Services de croisières**
Cette sous-classe comprend:
- les croisières en mer (transport, hébergement, repas et services connexes non facturés séparément).
- 65119.4 Services de transport de voyageurs dans des navires destinés au transport de marchandises**
Cette sous-classe comprend :
- les services réguliers et non réguliers de transports maritimes ou côtiers de voyageurs, quelle que soit la classe de service empruntée dans un navire destiné en premier lieu au transport de marchandises, dans lequel le transport, l'hébergement, les repas et les services connexes ne sont pas facturés séparément.
- 65130.1 Services de location de navires de transport maritime ou côtier, avec équipage**
Cette sous-classe comprend :
- les services de location simple ou en crédit-bail de tout type de navires automoteurs, de haute mer avec équipage, pour le transport maritime ou côtier.
- 65140.0* Services de remorquage et de poussage maritime ou côtier**
- 65211.0 Services de transport de voyageurs par transbordeurs sur les voies navigables intérieures**
Cette sous-classe comprend :
- les services de transports réguliers et non réguliers de voyageurs sur les cours d'eau, les canaux et autres voies navigables intérieures par transbordeurs ;
- les services de transport de véhicules, bagages, animaux, etc., accompagnés, sans paiement supplémentaire.
- 65219.1 Services réguliers de transport de voyageurs sur les voies navigables intérieures**
Cette sous-classe comprend :
- les services de transport de voyageurs sur les cours d'eau, les canaux et autres voies navigables intérieures par des bateaux réguliers de tous types.

- 65219.2 Services d'excursions touristiques**
Cette sous-classe comprend :
- services d'excursions et de visites touristiques sur canots (fleuves, canaux et autres voies de navigation intérieure).
- 65219.3 Services de croisières**
Cette sous-classe comprend :
- des croisières fluviales, le long des canaux et autres voies navigables intérieures (transport, hébergement, repas et services connexes non facturés séparément).
- 65230.0 Services de location de bateaux fluviaux avec équipage**
Cette sous-classe comprend :
- les services de location simple ou en crédit-bail de tous types de bateaux automoteurs de navigation intérieure avec équipage, comme navires à passagers (à l'exception des bateaux de plaisance), bateaux-citernes, péniches de vracs secs, cargos mixtes, remorqueurs et bateaux de pêche
- Cette sous-classe ne comprend pas :
- les services de location simple ou en crédit-bail de navires sans équipage, cf. 73115.1 ;
- les services de location simple ou en crédit-bail de bateaux de plaisance sans équipage, cf. 73240.5.
- 65240.0* Services de poussage et de remorquage fluvial**
- 66110.0 Services de transports aériens réguliers de voyageurs**
Cette sous-classe comprend :
- les services de transports aériens de voyageurs sur des lignes et avec des horaires réguliers. Ces services sont assurés par des aéronefs de tous types (y compris les hélicoptères)
- les services de transport des bagages accompagnés, sans paiement supplémentaire.
- 66120.1 Services de transports aériens non réguliers de voyageurs**
Cette sous-classe comprend :
- les services de transports aériens non réguliers de voyageurs assurés par des aéronefs de tous types (y compris les hélicoptères) ;
- les services de transport des bagages accompagnés, sans paiement supplémentaire.

- 66120.2 Services de tourisme aérien, par avion ou hélicoptère**
Cette sous-classe comprend :
- les services de tourisme aérien et les services de taxi par avion ou hélicoptère.
- 66400.0 Services de location d'aéronefs avec équipage**
Cette sous-classe comprend :
- les services de location simple ou en crédit-bail d'aéronefs (y compris les hélicoptères) de tous types et pour tous usages, avec équipage. Il s'agit généralement d'affrètements à la durée comportant souvent plusieurs destinations différentes.
- Cette sous-classe ne comprend pas :
les services de location simple ou en crédit-bail d'aéronefs sans équipage, cf. 73116.1.
- 67300.0 Services d'aide à la navigation**
Cette sous-classe comprend :
- les services des aides radio à la navigation pour la localisation, comme le système de positionnement global
- les services fournis par les phares, les bateaux-feux, les bateaux-phares, les bouées, les repères installés le long des chenaux, etc.
- 67400.0* Services annexes des transports ferroviaires**
Cette sous-classe comprend :
- les services des gares de voyageurs (vente de billets, réservations, enregistrement, consigne) ;
- les autres services annexes des transports ferroviaires non classés ailleurs.
- Cette sous-classe ne comprend pas :
- les services de manutention de marchandises transportées par chemin de fer, cf. 67110 (pnt), s'il s'agit de marchandises conteneurisées, et cf. 67190 (pnt) s'il s'agit de marchandises non conteneurisées ou de bagages.
- 67510.0* Services de gares routières**
Cette sous-classe comprend :
- les services fournis par les terminaux accueillant les voyageurs qui empruntent les transports urbains, suburbains et interurbains par autobus et autocars (vente de billets, réservations, enregistrement, consigne).

- 67520.1 Services d'exploitation des autoroutes**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'exploitation d'autoroutes, routes, rues et chaussées.
- 67520.2 Services d'exploitation de ponts et de tunnels**
- 67530.1* Services d'installations de stationnement**
Cette sous-classe ne comprend pas :
- les services de location au mois ou à l'année de garages fermés ou de locaux destinés au stationnement permanent des véhicules, cf. 72112 (pnt).
- 67590.0 Autres services annexes des transports routiers**
- 67610.0* Services d'exploitation des ports et voies navigables (à l'exclusion de la manutention)**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'exploitation d'installations portuaires telles que mûles, docks, jetées et quais et les autres services annexes des terminaux pour les transports par eau, y compris les services des terminaux accueillant des voyageurs qui empruntent les transports par eau ;
- les services d'exploitation et d'entretien des canaux pour vaisseaux, chalands et navires, fleuves canalisés et autres voies navigables intérieures artificielles ;
- les services des écluses et des ascenseurs à bateaux, barrages, etc.
- les services de halage dans les canaux, autres que les remorques, par exemple, au moyen de tracteurs ou de locomotives dans les chemins de halage.
- 67630.0* Services de sauvetage et de renflouement**
Cette sous-classe comprend :
- les services de sauvetage de navires, que ces opérations soient effectuées en mer, en eaux côtières ou sur les voies navigables intérieures. Ces services comprennent le sauvetage des navires en détresse et la récupération de navires coulés et de leur cargaison, et notamment le redressement de navires chavirés et le renflouement de navires coulés ou échoués.
- 67690.1 Services annexes des transports par eau relatifs au combustible**
Cette sous-classe comprend :
Approvisionnement en combustible des navires, indépendamment du type de combustible.

67690.2 Services d'entretien et de conservation des navires privés de passagers

Cette sous-classe comprend :

- des services limités d'entretien et de conservation des navires privés de passagers, à l'exclusion des grandes réparations.

67710.0* Services d'exploitation des aéroports (à l'exclusion de la manutention)

Cette sous-classe comprend :

- les services des aérogares pour voyageurs et services au sol sur les terrains d'aviation, y compris les services d'exploitation des pistes.

Cette sous-classe ne comprend pas :

- les services de manutention dans les aérogares de marchandises conteneurisées, cf. 67110 (pnt).

67790.0* Autres services annexes des transports aériens ou spatiaux

Cette sous-classe comprend :

- les services de lutte et de protection contre les incendies d'aéronef ;
- les services d'entretien courant des aéronefs (à l'exclusion des services de réparation) ;
- les services des hangars ;
- les services de remorquage d'aéronefs.

Cette sous-classe ne comprend pas :

- les services de nettoyage des aéronefs, cf. 853 (pnt)
- les services de désinfection et de dératisation, cf. 85310 (pnt)
- les services aériens de sauvetage en mer, cf. 91260 (pnt)
- les services des écoles de pilotage de caractère général, cf. 929 (pnt) ;
- les services de nettoyage et de déneigement des pistes, cf. 94310 (pnt).

67811.0 Services d'agences de voyages

Cette sous-classe comprend :

- les services fournis, en tant qu'intermédiaire, pour la vente de billets, la location de chambres et la vente de voyages organisés

67812.0 Services d'organismes de tourisme

Cette sous-classe comprend :

- les prestations de voyages organisés comprenant habituellement les services de transport des voyageurs et de leurs bagages, les services d'hébergement, les services de visite et les services similaires fournis dans un cadre global forfaitaire.

- 67813.0*** **Services d'information touristique**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services d'informations et de conseils et les services de préparation de voyages, habituellement fournis par des bureaux du tourisme ou des établissements similaires ;
 - les services de réservation de chambres ;
 - les services de réservation d'avion, de train, d'autobus et autres ayant trait aux voyages.
- 67820.0** **Services de guides touristiques**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services de guides touristiques fournis par des agences spécialisées et par des guides indépendants.
- Cette sous-classe ne comprend pas :
 - les services d'interprètes, cf. 83910.0
 - les services des guides de chasse indépendants, cf. 96620.2.
- 71100.1** **Services de cartes de voyages**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services de concession de crédits au moyen de l'utilisation d'une carte de crédit.
- 71100.2** **Services de crédit pour voyages**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services de concession de crédits pour prolonger le paiement des frais de voyage.
- 71100.3** **Services de crédit pour l'acquisition de véhicules**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services de concession de crédits pour prolonger le paiement de l'acquisition d'un véhicule.
- 71311.1** **Services d'assurance-vie au cours du voyage**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services d'assurance garantissant le paiement de certaines sommes aux bénéficiaires en cas de décès du preneur d'assurance au cours du voyage.
- 71320.1** **Services d'assurance-accident au cours du voyage**
 Cette sous-classe comprend :
 - les services d'assurance garantissant le paiement de certaines sommes destinées à couvrir les frais d'hospitalisation et les frais médicaux et, habituellement, certaines autres dépenses de santé comme celles afférentes aux médicaments prescrits, aux prothèses, aux transports par ambulance, aux infirmiers privés, etc., dûs à des accidents au cours du voyage.

- 71320.2 Services d'assurance-maladie au cours du voyage**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'assurance garantissant le paiement de certaines sommes destinées à couvrir les frais médicaux non couverts par les régimes publics et, habituellement, certaines autres dépenses de santé comme celles afférentes aux médicaments prescrits, aux prothèses, aux transports par ambulance, aux infirmiers privés, etc. dûs à des accidents qui ont eu lieu à l'extérieur d'une zone géographique donnée.
- 71331.1* Services d'assurance de véhicules à moteur**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'assurance destinés à couvrir les risques liés à l'utilisation de véhicules à moteur, y compris ceux utilisés pour le transport payant de passagers. Les risques couverts sont notamment la responsabilité civile du preneur d'assurance, les dégâts causés au véhicule ou la perte de celui-ci.
- 71334.1 Services d'assurance d'aéronefs de voyageurs dans le cadre d'un usage privé**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'assurance destinés à couvrir les risques de dommages aux aéronefs ou de pertes d'aéronefs dans le cadre d'un usage privé. Les risques couverts peuvent être notamment ceux résultant d'un incendie, d'un vol, d'explosions, de tempêtes, de la grêle, du gel, de risques naturels, de l'énergie nucléaire et d'effondrements de terrain.
- 71334.2 Services d'assurance de navires de voyageurs dans le cadre d'un usage privé**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'assurance destinés à couvrir les risques de dommages aux navires ou de pertes de ceux-ci dans le cadre d'un usage privé. Les risques couverts peuvent être notamment ceux résultant d'un incendie, d'un vol, d'explosions, de tempêtes, de grêle, du gel, de risques naturels, de l'énergie nucléaire et d'effondrements de terrain.
- 71339.1* Services d'assurance de voyage**
Cette sous-classe comprend :
- assurance d'annulation ou couvrant des risques pécuniaires divers en raison de changements dans les programmes de voyages. L'assurance-voyages peut couvrir les frais médicaux dans le cadre d'une police globale assurant les risques d'annulation.
Cette sous-classe ne comprend pas :
- l'assurance couvrant exclusivement les frais médicaux encourus à l'occasion du voyage, cf. 71320 (pnt).

71552.0	Services de change Cette sous-classe comprend : - les services de change de devises fournis par les bureaux de change, etc.
72211.1	Services auxiliaires aux activités de multipropriété
73111.0	Services de location d'automobiles et d'utilitaires légers sans chauffeur Cette sous-classe ne comprend pas : - les services de location simple ou en crédit-bail d'automobiles privées avec chauffeur, cf. 64222.0.
73114.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'autocaravanes et caravanes, sans opérateur Cette sous-classe comprend : - les services de location simple ou en crédit-bail de motocycles, caravanes ou autocaravanes, sans chauffeur.
73115.1*	Services de location simple ou en crédit-bail de bateaux, sans équipage Cette sous-classe comprend : - les services de location simple ou en crédit-bail de bateaux, navires et aéroglisseurs principalement conçus pour le transport de passagers, sans équipage Cette sous-classe ne comprend pas : - les services de location simple et en crédit-bail de bateaux de plaisance, cf. 73240
73116.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'aéronefs, sans équipage Cette sous-classe comprend : - les services de location simple ou en crédit-bail d'aéronefs (avions, hélicoptères), sans équipage, à des fins de voyage.
73240.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de transport terrestre sans moteur Cette sous-classe comprend : - les services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de loisir et de détente, tels que bicyclettes et autres équipements similaires de transport terrestre.

- 73240.2 Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements pour les sports d'hiver**
Cette sous-classe comprend :
- les services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de loisir et de détente, tels que skis, pantins à glace et tous autres équipements de sport similaires.
- 73240.3 Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de transport aérien, sans moteur**
Cette sous-classe comprend :
- les services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de loisir et de détente, tels que ballons, dirigeables, planeurs et autres équipements de transport aérien similaires.
- 73240.4 Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de sports nautiques**
Cette sous-classe comprend :
- les services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de loisir et de détente, tels que les embarcation récréatives et autres équipements de sports nautiques.
- 73240.5 Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de camping**
Cette sous-classe comprend :
- les services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de loisir et de détente, tels que les équipements de camping et tout autre équipement similaire.
- 73240.6 Services de location simple ou en crédit-bail de selles**
Cette sous-classe comprend :
- les services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de loisir et de détente, tels que les selles et tout autre matériel similaire.
- 73290.1 Services de location de caméras y matériel de photos**
- 83811.1 Services de photos pour passeports et visas**
Cette sous-classe comprend :
- les services consistant à photographier les personnes à des fins d'identification pour passeports et visas.

83820.0*

Services de traitement photographique

Cette sous-classe comprend :

- les services consistant principalement à développer des négatifs et à tirer des photos pour le compte de tiers selon les souhaits du client ;
- l'agrandissement de négatifs ou de diapositives ;
- le développement en noir et blanc ;
- les tirages en couleur ;
- les copies de diapositives et de négatifs ;
- les services consistant à développer des films cinématographiques réalisés par des amateurs ou des professionnels ;
- les services de préparation de diapositives ;
- les services de copie de films cinématographiques ;
- les services de copie de médias audiovisuels.

83910.0

Services de traduction et d'interprétation

Cette sous-classe comprend :

- les services de traduction, consistant généralement à transposer un texte d'une langue vers une autre ;
- les services d'interprétation, consistant généralement à exprimer oralement dans une langue ce qui a été dit oralement dans une autre.

84510.0*

Services de bibliothèques

Cette sous-classe comprend :

- les services d'acquisitions, de catalogage, de conservation et de recherche de livres et publications similaires, etc. ;
- les services de prêts de livres et disques.

84520.0

Services d'archives

Cette sous-classe comprend :

- les services de gestion (acquisitions, catalogage, conservation et recherche) d'archives publiques ;
- les services d'exploitation d'archives historiques.

85970.0

Services d'organisation de foires commerciales et expositions

Cette sous-classe comprend :

- les services d'organisation de manifestations à caractère économique (comme foires commerciales ou expositions) à intervalles périodiques ou non) ;
- les services d'organisation de colloques et de congrès scientifiques ou culturels ;
- la fourniture et l'installation de matériel lié à l'organisation d'expositions.

- 87141.0*** **Services d'entretien et de réparation d'automobiles**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'entretien et de réparation des organes mécaniques d'automobiles : révision générale ou réglage de moteurs, réparation et réglage de carburateurs, réparation et réglage du système de direction, réparation du système de suspension, réparation et réglage de boîtes de vitesses, réparation de systèmes d'échappement ou de refroidissement, et autres mesures d'entretien ;
- les services de réparation de pneumatiques ;
- les services de carrosserie et similaires pour automobiles.
- Cette sous-classe ne comprend pas :
- le rechapage de pneumatiques, cf. 36120 (pnt).
- 87142.0** **Services d'entretien et de réparation de motocycles et de motoneiges**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'entretien et de réparation de motocycles et les services de réparation de la carrosserie des motocycles ;
- les services spécialisés de dépannage de motocycles.
- 87143.0** **Services d'entretien et de réparation de remorques, de semi-remorques et d'autres véhicules à moteur non classés ailleurs**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'entretien et de réparation de remorques, de semi-remorques et d'autres véhicules à moteur non classés ailleurs.
- 87149.1** **Services d'entretien et de réparation de bateaux de plaisance à usage privé**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'entretien et de réparation de bateaux de plaisance et d'embarcations sportives.
- 87149.2** **Services d'entretien et de réparation d'aéronefs de plaisance à usage privé**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'entretien et de réparation d'aéronefs et de moteurs d'aéronefs.
- 87290.1** **Services d'entretien et de réparation d'autres produits n.c.a.**
Cette sous-classe comprend :
- les services de réparation de bicyclettes ;
- les services de réparation d'articles de sport et de camping et les services de réparation de matériel photographique et de caméras.

- 91131.1 Services de permis de pêche**
Cette sous-classe comprend :
- les services administratifs publics en rapport avec les permis de pêche.
- 91131.2 Services de permis de chasse**
Cette sous-classe comprend :
- les services administratifs publics en rapport avec les permis de chasse.
- 91210.1 Services d'émission de passeports**
Cette sous-classe comprend :
- les services publics d'administration et de gestion du Ministère des affaires étrangères et des missions diplomatiques et consulaires à l'étranger chargés de l'émission de passeports.
- 91210.2 Services d'émission de visas**
Cette sous-classe comprend :
- les services publics d'administration et de gestion du Ministère des affaires étrangères et des missions diplomatiques et consulaires à l'étranger chargés de l'émission de visas (d'entrée et de sortie).
- 92900.1 Services d'enseignement de langues**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'enseignement à l'intention des adultes qui ne suivent pas le système d'enseignement scolaire régulier. Ces services peuvent être délivrés sous forme de cours de jour ou de soir par des écoles ou par des institutions spécialisées.
- 92900.2 Services de préparation à l'obtention de permis**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'enseignement à l'intention des adultes qui ne suivent pas le système d'enseignement scolaire régulier concernant l'obtention de permis de conduire (automobiles, motocycles) ou de brevets de pilotage ou de navigation. Ces services peuvent être délivrés sous forme de cours (de jour ou de soir) par des écoles ou par des institutions spécialisées.
- 96151.0 Services de projection de films cinématographiques**
Cette sous-classe comprend :
- les services de projection de films cinématographiques dans des salles de cinéma ou en plein air ainsi que dans des salles ou autres installations de projection privées.

- 96230.0*** **Services d'exploitation d'installations de spectacles**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'exploitation de salles de concert, théâtres, opéras et music halls, y compris les services de vente de billets.
- les services d'exploitation d'installations à vocation essentiellement culturelle.
- 96310.0** **Services de professionnels du spectacle**
Cette sous-classe comprend :
- les services des acteurs, lecteurs, chanteurs, musiciens, danseurs, cascadeurs.
- 96411.0*** **Services des musées, à l'exception des sites et bâtiments historiques**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'exposition de collections de tous types (art, sciences et technique, histoire) ;
- les services de gestion et de conservation des collections.
- les services des sites et bâtiments historiques, cf. 96412
- les services des jardins botaniques et zoologiques, cf. 96421
- 96412.0** **Services de préservation des sites et monuments historiques**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'organisation des visites de sites et monuments historiques ;
- les services de préservation des sites, monuments et bâtiments historiques.
- 96421.0*** **Services de jardins botaniques et zoologiques**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'organisation des visites de jardins botaniques et zoologiques ;
- les services de conservation et d'entretien des jardins botaniques et zoologiques.
- 96422.0** **Services des réserves naturelles, y compris les services de préservation de la faune**
Cette sous-classe comprend :
- les services de surveillance des parcs et réserves naturels ;
- les services de conservation et d'entretien des parcs et réserves naturels.

96510.0	Services de promotion et d'organisation de manifestations sportives ou récréatives Cette sous-classe comprend : - les services de promotion des sports (par exemple, le boxe) ; - les services d'organisation et de gestion de manifestations fournis par les clubs à vocation sportive et offrant l'opportunité de faire du sport (par exemple, les clubs de football, les bowling clubs, etc.).
96520.1	Services de terrains de golf Cette sous-classe comprend : - les services d'exploitation d'installations de terrains de golf.
96520.2	Services d'exploitation des pistes de ski Cette sous-classe ne comprend pas : - les services réguliers de remonte-pentes, cf. 64219.1.
96520.3	Circuit de courses
96520.4	Services des écoles d'équitation Cette sous-classe comprend : - les services permettant l'accès aux écoles d'équitation.
96520.5	Services des parcs de loisirs et des plages Cette sous-classe comprend : - les services permettant l'accès aux services de parcs de loisirs et des plages.
96590.1	Services de risque et d'aventure Cette sous-classe comprend : - les services de vol en chute libre, - les services de parachutage, - les services de deltaplane, - autres sports de risque.
96620.1	Services des écoles sportives Cette sous-classe comprend : - les services fournis par les écoles sportives et d'enseignement de jeux.
96620.2	Services de guides (montagne, chasse et pêche) Cette sous-classe comprend : - les services de guides de montagne, de chasse ou de pêche.
96910.1	Services de parcs à thème
96910.2	Services de parcs de loisirs

- 96910.3 Services de foires et de carnaval**
Cette sous-classe comprend :
- les services d'attraction et fêtes foraines.
- 96920.1 Services des casinos**
Cette sous-classe comprend :
- les services des casinos et maisons de jeux.
- 96920.2 Services de machines à sous**
Cette sous-classe comprend :
- les services de machines à sous.
- 97230.1 Services de bien-être physique**
Cette sous-classe comprend :
- les services de bien-être physique comme ceux fournis par les centres de mise en forme, les gymnases, etc.
- 97230.2 Services de saunas et bains de vapeur**
Cette sous-classe comprend :
- les services de bien-être physique comme ceux fournis par bains turcs, saunas et bains de vapeur, solariums, etc.
- 97230.3 Services de massages**
Cette sous-classe comprend :
- les services de massages (à l'exclusion des massages thérapeutiques), etc.
- 97230.4 Services des établissements de cures thermales**
Cette sous-classe comprend :
- les services de cures thermales, de cures d'amincissement ou de remise en forme, etc.
- 97910.0 Services d'accompagnement**
Cette sous-classe comprend :
-les services de prostitution.

99000.0 Services fournis par les organismes et organes extraterritoriaux

Cette sous-classe comprend :

- les services fournis par les ambassades et représentations étrangères ;

- les services fournis par des organisations internationales comme l'Organisation des Nations Unies et ses institutions spécialisées et organes régionaux, l'Organisation des États américains, l'Union européenne, l'Organisation de l'unité africaine, l'Organisation de coopération et de développement économiques, l'Organisation mondiale du tourisme et les autres organismes internationaux ou extraterritoriaux.

62121.1 Services de commerce de détail non spécialisés dans les magasins de vente de fruits et légumes.

62122.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de produits laitiers, d'œufs et d'huiles et graisses comestibles.

62123.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de viande, volailles et gibier.

62124.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de poisson et autres fruits de mer.

62125.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de pâtisserie et confiserie.

62126.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de boissons.

62128.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de produits du tabac.

62132.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de tentes et articles de camping.

62133.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de vêtements, fourrures et accessoires pour vêtements.

62134.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de chaussures.

62142.1 Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente d'équipements de radio et de télévision, d'instruments de musique et disques, partitions et bandes de musique.

62151.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de livres, journaux, revues et papeterie.
62152.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente d'équipements photographiques, optiques et de précision.
62154.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de montres, horloges et joaillerie.
62155.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente d'articles sportifs, y compris les bicyclettes.
62156.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente d'articles de cuir et autres accessoires de voyage.
62159.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de souvenirs.
62175.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente d'articles de parfumerie, de cosmétique et de savons de toilette.
62181.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de véhicules à moteur, motocyclettes, véhicules pour se déplacer sur la neige ainsi que les pièces et accessoires correspondants.
62182.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente d'autres équipements de transport, à l'exception des bicyclettes.
62184.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente d'ordinateurs et de « software ».
62191.1	Services de commerce de détail non spécialisé dans les magasins de vente de combustibles solides, liquides et gazeux et produits similaires.
62221.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de fruits et légumes.
62222.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de produits laitiers, d'œufs et d'huiles et graisses comestibles.
62223.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de viande, volailles et gibier.

62224.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de poisson et autres fruits de mer.
62225.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de pâtisserie et confiserie.
62226.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de boissons.
62228.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de produits du tabac.
62232.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de tentes et articles de camping.
62233.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de vêtements, fourrures et accessoires pour vêtements.
62234.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de chaussures.
62242.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente d'équipements de radio et de télévision, d'instruments de musique et disques, partitions et bandes de musique.
62251.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de livres, journaux, revues et papeterie.
62252.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente d'équipements photographiques, optiques et de précision.
62254.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de montres, horloges et joaillerie.
62255.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente d'articles sportifs, y compris les bicyclettes.
62256.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente d'articles de cuir et autres accessoires de voyage.
62259.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de souvenirs.
62275.1	Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente d'articles de parfumerie, de cosmétique et de savons de toilette.

- 62281.1** Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de véhicules à moteur, motocyclettes, véhicules pour se déplacer sur la neige ainsi que les pièces et accessoires correspondants.
- 62282.1** Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente d'autres équipements de transport, à l'exception des bicyclettes.
- 62284.1** Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente d'ordinateurs et de « software ».
- 62291.1** Services de commerce de détail spécialisé dans les magasins de vente de combustibles solides, liquides et gazeux et produits similaires.

Annexe II

Listes des produits caractéristiques du tourisme et des activités caractéristiques du tourisme (les intitulés des codes sont présentés uniquement en langue anglaise)

A. Liste des produits caractéristiques du tourisme

La liste des produits caractéristiques du tourisme est provisoire et correspond aux produits considérés comme caractéristiques aux fins d'une comparabilité internationale des résultats. Par conséquent, elle est conçue de manière à servir de proposition quant à la façon dont, dans l'avenir, les différentes organisations internationales pourraient présenter, de façon comparable, les résultats des pays ayant élaboré un CST.

La codification des différentes rubriques comporte six chiffres, avec un point entre les cinquième et sixième chiffres. Les cinq premiers chiffres correspondent au code de la version 1.0 de la CCP ^a et le sixième a été introduit exclusivement pour la présente liste. Si le sixième chiffre est un zéro, cela signifie que la rubrique est la même que celle présentée dans la version 1.0 de la CCP et qu'elle en a été tirée. Par contre, si le sixième chiffre n'est pas un zéro, la rubrique ne correspondra que partiellement au code de la CCP. Par exemple, le code 63110.0 « Hotel and motel lodging services » est le même que le code 63110 de la CCP, tandis que le code 63199.1 « Sleeping-car... » correspond seulement en partie au code 63199 de la CCP.

1. Services d'hébergement

1.1 Hôtels et autres services de logement

63110.0	Services d'hébergement en hôtels et motels
63191.0	Services d'hébergement en centres de villégiature
63192.0	Services de location de logements meublés
63193.0	Services de logement en auberges de jeunesse
63194.0	Services d'hébergement en camps de vacances pour jeunes
63195.0	Services d'hébergement en terrains de camping et de caravanage
63199.1	Services de wagons-lits et services similaires offerts à bord d'autres moyens de transport ; résidences d'étudiants

1.2 Services touristiques d'hébergement pour compte propre ou à titre gratuit

Cette sous-classe comprend le loyer fictif des résidences secondaires occupées par leurs propriétaires ou à titre gratuit et des appartements en multipropriété. Dans la CCP, il n'existe pas de code pour ces informations.

72211.1	Services auxiliaires aux activités de multipropriété
---------	--

2. Services de restauration

63210.0	Services de repas dans les restaurants traditionnels (à la table)
63220.0	Services de repas en libre-service
63290.0	Autres services de restauration
63300.0	Service de consommation de boissons sur place

3. Services de transport de voyageurs

3.1 Services de transport ferroviaire interurbain de voyageurs

64111.1	Services réguliers de transports ferroviaires interurbains de voyageurs
64111.2	Services non réguliers de transports ferroviaires interurbains de voyageurs

3.2 Services de transport routier de voyageurs

64213.0	Services de transports interurbains réguliers de voyageurs par route
64214.0	Services de transports interurbains spéciaux réguliers de voyageurs par route
64219.1	Services de remonte-pentes réguliers de voyageurs
64219.2	Services de funiculaires-téléphériques de voyageurs
64221.0	Services de taxis
64222.0	Services de location de voitures particulières avec chauffeur
64223.0	Services de location d'autocars avec chauffeur

3.3 Services de transport par voie d'eau de voyageurs

65111.0	Services de transport de voyageurs par transbordeurs maritimes ou côtiers
65119.1	Services réguliers de transports maritimes ou côtiers de voyageurs
65119.2	Services non réguliers de transports maritimes ou côtiers de voyageurs
65119.3	Services de croisière
65130.1	Services de location de navire de transport maritime ou côtier, avec équipage
65211.0	Services de transport de voyageurs par transbordeurs sur les voies navigables intérieures
65219.1	Services réguliers de transport de voyageurs sur les voies navigables intérieures
65219.2	Services d'excursions touristiques
65219.3	Services de croisières
65230.0	Services de location de bateaux fluviaux avec équipage

3.4 Services de transport aérien de voyageurs

66110.0	Services de transports aériens réguliers de voyageurs
66120.1	Services de transports aériens non réguliers de voyageurs
66120.2	Services de tourisme aérien, par avion ou hélicoptère
66400.0	Services de location d'aéronefs avec équipage

3.5 Services annexes des transports de voyageurs

67300.0	Services d'aide à la navigation
67400.0	Services annexes des transports ferroviaires
67510.0	Services de gares routières
67530.1	Services d'installations de stationnement
67610.0	Services d'exploitation des ports et voies navigables (à l'exclusion de la manutention)
67690.1	Services annexes des transports par eau relatifs au combustible
67690.2	Services d'entretien et de conservation des navires privés de passagers
67710.0	Services d'exploitation des aéroports (à l'exclusion de la manutention)
67790.0	Autres services annexes des transports aériens ou spatiaux

3.6 Location de matériel de transport de voyageurs

73111.0	Services de location d'automobiles et d'utilitaires légers sans chauffeur
73114.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'autocaravanes et caravanes, sans opérateur
73115.1	Services de location simple ou en crédit-bail de bateaux, sans équipage
73116.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'aéronefs, sans équipage

3.7 Services d'entretien et de réparation du matériel de transport de voyageurs

87143.0	Services d'entretien et de réparation de remorques, de semi-remorques et d'autres véhicules à moteur non classés ailleurs
87149.1	Services d'entretien et de réparation de bateaux de plaisance à usage privé
87149.2	Services d'entretien et de réparation d'aéronefs de plaisance à usage privé

4. Services d'agences de voyages, de voyagistes et de guides de tourisme

4.1 Services des agences de voyages

67811.0	Services d'agences de voyages
---------	-------------------------------

4.2 Services des voyagistes

67812.0	Services d'organiseurs de tourisme
---------	------------------------------------

4.3 Services d'information touristique et de guides de tourisme

67813.0	Services d'information touristique
67820.0	Services de guides touristiques

5. Services culturels

5.1 Arts dramatiques

96230.0	Services d'exploitation d'installations de spectacles
96310.0	Services de professionnels du spectacle

5.2 Services de musées et autres

96411.0	Services des musées, à l'exception des sites et bâtiments historiques
96412.0	Services de préservation des sites et monuments historiques
96421.0	Services de jardins botaniques et zoologiques
96422.0	Services de réserves naturelles, y compris les services de préservation de la faune

6. Services de loisirs et de divertissements

6.1 Sports et services sportifs récréatifs

96510.0	Services de promotion et d'organisation de manifestations sportives ou récréatives
96520.1	Services de terrains de golf
96520.2	Services d'exploitation des pistes de ski
96520.3	Circuit de courses
96520.5	Services des parcs de loisirs et des plages
96590.1	Services de risque et d'aventure

6.2 Autres services de loisirs et de divertissements

96910.1	Services de parcs à thème
96910.2	Services de parcs de loisirs
96910.3	Services de foires et de carnaval
96920.1	Services des casinos
96920.2	Services de machines à sous

7. Services touristiques divers

7.1 Services financiers et services d'assurance

71100.1	Services de cartes de voyages
71100.2	Services de crédit pour voyages
71311.1	Services d'assurance-vie au cours du voyage
71320.1	Services d'assurance-accident au cours du voyage
71320.2	Services d'assurance-maladie au cours du voyage
71334.1	Services d'assurance d'aéronefs de voyageurs dans le cadre d'un usage privé
71334.2	Services d'assurance de navires de voyageurs dans le cadre d'un usage privé
71339.1	Services d'assurance de voyage
71552.0	Services de change

7.2 Autres services de location de biens

73240.1	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de transport terrestre sans moteur
73240.2	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements pour les sports d'hiver
73240.3	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de transport aérien, sans moteur
73240.4	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de sports nautiques
73240.5	Services de location simple ou en crédit-bail d'équipements de camping
73240.6	Services de location simple ou en crédit-bail de selles
73290.1	Services de location de caméras y matériel de photos

7.3 Autres services touristiques

85970.0	Services d'organisation de foires commerciales et expositions
97230.4	Services des établissements de cures thermales
91131.1	Services de permis de pêche
91131.2	Services de permis de chasse
91210.1	Services d'émission de passeports
91210.2	Services d'émission de visas
96620.2	Services de guides (montagne, chasse et pêche)
97910.0	Services d'accompagnement

B. Liste des activités caractéristiques du tourisme

Les activités caractéristiques du tourisme peuvent être définies comme les activités productives dont la production principale est caractéristique du tourisme. Comme l'ensemble de ces activités ne constitue pas une industrie unique conformément à la définition qu'en donne le SCN 1993, ^b, le CST définit les industries touristiques comme tous les établissements dont la principale activité productive est une activité caractéristique du tourisme.

Le tableau ci-après montre la correspondance entre les douze rubriques de la liste provisoire qui sert pour les tableaux du CST et les codes de la CITI, rév. 3,^c et de la CITAT^d.

Description des activités	CITI, rév. 3	CITAT
1. Hôtels et établissements assimilés	5510	5510
2. Propriété de résidences secondaires (imputée)	partie de 7010	partie de 7010
3. Restaurants et établissements assimilés	5520	5520
4. Transports ferroviaires de voyageurs	partie de 6010	6010-1, 6010-2
5. Transports routiers de voyageurs	partie de (6021 et 6022)	6021-1, 6021-2, 6021-3 6022-1, 6022-2, 6022-3, 6022-4
6. Transports de voyageurs par voie d'eau	partie de (6110 et 6120)	6110-1, 6110-2 partie de 6110, 6120-1, 6120-2, 6120-3, partie de 6120
7. Transport aérien de passagers	partie de (6210 et 6220)	6210-1 6220-1, 6220-2
8. Services annexes des transports de voyageurs	partie de 6303	6303-1, 6303-2, 6303-3
9. Location de matériel de transport de voyageurs	partie de (7111, 7112 et 7113)	7111-1, 7111-2, 7111-3 partie de 7112, 7113-1
10. Agences de voyages et activités assimilées	6304	6304
11. Services culturels	9232 9233	9232-1, 9232-2 9233-1, 9233-2
12. Services sportifs et autres services récréatifs	partie de 9214 partie de 9241 partie de 9219 partie de 9249	partie de 9214 partie de 9241 9219-1 partie de 9249

Notes

^a Publication des Nations Unies, numéro de vente : E.98.XVII.5.

^b Le SCN 1993 définit une industrie comme un « regroupement d'établissements exerçant le même type d'activités de production » (§ 15.13).

^c Publication des Nations Unies, numéro de vente : E.90.XVII.11.

^d Publication des Nations Unies, numéro de vente : E.94.XVII.6, deuxième partie

Annexe III

Module Emploi de l'OCDE

Introduction

Le module Emploi de l'OCDE propose un cadre conceptuel et méthodologique qui comporte une série de variables clé sur l'emploi. Il met l'accent sur l'importance des problèmes d'emploi et de ressources humaines pour les secteurs d'activité liés au tourisme et par conséquent sur la nécessité de fournir des données complètes et fiables sur l'emploi aussi bien aux utilisateurs publics qu'aux utilisateurs privés. Ses directives sont compatibles avec les concepts et définitions adoptés dans d'autres domaines des statistiques socio-économiques et du tourisme, et notamment avec le SCN 1993, les normes de l'OIT, les Recommandations sur les statistiques du tourisme des Nations Unies et de l'OMT, les directives de l'OCDE de 1999 sur les comptes satellites du tourisme et les présentes Recommandations concernant le cadre conceptuel. La méthode se veut simple et suffisamment souple pour être facilement adoptée, puis adaptée.

Objectifs

L'objectif premier du module Emploi de l'OCDE est de fournir un cadre statistique et des directives méthodologiques permettant de déterminer le niveau et les caractéristiques de l'emploi dans certains domaines d'activité du secteur du tourisme, essentiellement du point de vue de l'offre. En d'autres termes, le module ne prend en compte que l'emploi dans une série de domaines d'activité touristique caractéristique présélectionnés. Bien qu'il soit étroitement lié aux comptes satellites du tourisme, il devrait également être considéré comme indépendant, l'emploi devant être perçu non pas uniquement comme un facteur parmi d'autres dans le processus de production, mais aussi comme un phénomène social.

L'un des objectifs du module est de proposer une méthode susceptible d'offrir de meilleures possibilités de comparaison internationale des statistiques sur l'emploi dans les différents domaines d'activité du secteur du tourisme. Ce n'est pas chose facile, car les différences de méthodes et de définitions entre les pays font déjà obstacle aux comparaisons des données sur l'emploi en général. Même au niveau national, les sources de statistiques et d'autres données sur l'emploi fournissent souvent des résultats différents et fragmentés.

Le cadre conceptuel

Le module Emploi de l'OCDE propose un processus qui relie les données de base sur l'emploi au Compte satellite du tourisme en se servant du module Emploi comme cadre d'intégration (micro- et macro-liens). Ce processus utilise des indicateurs du niveau général de l'emploi lié au tourisme, tels que le nombre des postes, celui des personnes employées ou leur équivalent à plein temps – avec une différenciation pour

l'emploi saisonnier et les « petits emplois d'appoint » - et un certain nombre d'autres variables-clés sur l'emploi, telles que le sexe, l'âge, le niveau d'instruction, la nationalité, la situation dans la profession, le type de contrat, l'ancienneté moyenne, le nombre moyen des heures de travail, les revenus bruts moyens, le caractère permanent des emplois ou les horaires de travail irréguliers. Le compte satellite du tourisme permet d'établir un lien entre la demande et l'offre touristiques. D'où une sélection de domaines d'activité liés au tourisme, considérés du côté de l'offre. Ce cadre offre des possibilités d'intégration et de coordination statistiques.

La voie à suivre à l'avenir

Le module Emploi permet d'améliorer dans des proportions considérables la comparabilité nationale et internationale des données sur l'emploi lié au tourisme. Il peut être utilisé comme point de référence à partir duquel l'on définira d'autres types de données sur l'emploi, ce qui permettra d'obtenir une meilleure image d'ensemble et d'améliorer la comparabilité. Il ne faudrait cependant pas considérer le lien entre le module Emploi de l'OCDE et le CST comme une solution à la fois unique et parfaite. Le module Emploi de l'OCDE met également l'accent sur des domaines dans lesquels il serait intéressant de procéder à de nouveaux travaux de recherche. L'expérience acquise par les pays qui appliquent ce module et la coopération qui est en train de s'amplifier entre différentes organisations internationales devraient permettre de clarifier bon nombre de ces questions.

Annexe IV

Proposition de liste des éléments qui contribuent à la formation brute de capital fixe du tourisme

A. **Les actifs corporels associés au tourisme** sont définis et classés selon les catégories suivantes, lesquelles sont compatibles avec les définitions et classifications du SCN 1993 :

1. **Hébergement touristique**, classé comme suit :

1.1 *Hôtels et autres modes d'hébergement collectif*, comprenant : hôtels, motels, auberges, auberges de jeunesse, refuges de montagne, terrains de campings, camps et villages de vacances.

1.2 *Logements touristiques*, comprenant : les résidences de vacances et résidences secondaires autres que la résidence principale du ménage, acquises dans le but d'être utilisées de façon non permanente par les membres du ménage qui en est le propriétaire. Ces logements peuvent également avoir été acquis ou construits pour loger des visiteurs sur la base de contrats de différents types. Cette catégorie comprend les systèmes de logement régis par contrat d'utilisation en temps partagé.

2. **Autres bâtiments et structures**, classés comme suit :

2.1 *Restaurants et établissements similaires servant de la nourriture et des boissons*, comprenant : restaurants, cafés, bars et self-services (boîtes de nuit, discothèques, etc.).

2.2 *Bâtiments et infrastructures servant au transport de passagers par voie terrestre, maritime et aérienne*, comprenant : terminaux pour passagers, ponts, tunnels, routes, autoroutes, voies ferrées et pistes d'atterrissage, lignes électriques pour les tramways et installations portuaires.

2.3 *Bâtiments destinés à des services culturels et assimilés*, comprenant : bibliothèques, musées, théâtres, restauration de monuments historiques, sites touristiques et pièces réservées à des expositions d'art.

2.4 *Constructions réservées au sport, aux loisirs et à d'autres activités récréatives*, comprenant : centres de sport en plein air, tels que les terrains de football et les stades d'athlétisme, les circuits automobiles, les pistes pour courses de vélo, les hippodromes, les installations des zoos et parcs d'attraction, les stations de ski et les terrains de golf.

- 2.5 *Autres constructions et structures*, comprenant : les actifs corporels non inclus dans les autres catégories.
3. **L'équipement utilisé pour le transport de voyageurs^a** est classé comme suit :
- 3.1 *Moyens de transport terrestre*, comprenant : a) transports par route (automobiles, motos, caravanes autotractées, camping-cars, bus interurbains, etc.) et b) transport ferroviaire de voyageurs (locomotives, trains diesel, wagons de passagers, etc.).
- 3.2 *Moyens de transport maritime*, comprenant : navires, ferries pour passagers et véhicules, bateaux de croisière, yachts.
- 3.3 *Moyens de transport aérien*, comprenant : avions, planeurs et deltaplanes, montgolfières d'observation et dirigeables, véhicules de transport des bagages, hélicoptères, etc.
4. **Les machines et équipements** englobent : tous les actifs corporels non inclus dans les autres rubriques et associés à la fourniture de services aux visiteurs, tels que les équipements pour la préparation industrielle des repas dans les restaurants, les équipements spéciaux des terminaux pour passagers, les équipements de bureau, les équipements informatiques et de comptabilité, le mobilier, les équipements de sport, etc. Les biens de consommation durables acquis par les visiteurs sont exclus de cette catégorie.
- B. **Les actifs fixes incorporels** sont les logiciels utilisés pour la constitution de bases de données, achetés et/ou produits à des fins commerciales, spécialement conçus pour les activités récréatives des visiteurs et pour obtenir des données spécialisées sur le tourisme.
- C. **Les aménagements de terrains utilisés à des fins touristiques** sont ceux entrepris par le secteur privé, tels que la récupération de terres sur la mer grâce à la construction de digues, murs de soutènement et barrages, le nettoyage écologique des forêts, etc. dans le but que ces terrains puissent ensuite être utilisés à des fins touristiques

^a L'équipement utilisé pour le transport des marchandises et celui de personnes autres que des visiteurs n'est pas inclus dans les trois catégories ci-dessus (par exemple les trains et cars utilisés pour la navette quotidienne entre le domicile et le lieu de travail ou d'étude).

Annexe V

Relations entre le compte satellite du tourisme et le cadre central du Système de comptabilité nationale (SCN 1993)

Le Système de comptabilité nationale (SCN 1993) permet une grande souplesse dans la conception de comptes satellites à orientation fonctionnelle, l'objectif de ceux-ci étant de se concentrer sur des aspects précis d'un domaine économique en échappant « à certaines contraintes du cadre central » (SCN 1993, § 21.50). En conséquence, pour un domaine déterminé, plusieurs conceptions sont possibles, qui mettront l'accent sur différents aspects considérés comme présentant un intérêt plus particulier ; c'est le cas du tourisme.

Il est bien connu qu'on voit dans le PIB l'exemple même de la mesure globale d'une activité économique. Lors de l'élaboration du cadre du compte satellite du tourisme, le principal objectif poursuivi était d'offrir une mesure globale du tourisme, activité économique complexe, qui serait facile à comparer au PIB d'une économie. De fait, un des premiers soucis des créateurs du CST a été de fournir une évaluation fiable de l'importance du tourisme.

On ne trouvera pas ci-après une description exhaustive des relations entre le CST et le SCN 1993 mais plutôt, à l'intention du lecteur moyen, un aperçu des principaux concepts qu'utilise le CST, indiquant quand et comment ils diffèrent de ceux du cadre central du SCN 1993.

Frontière de la production

Dans la description du tourisme comme activité économique productive, il a fallu employer la même frontière de la production et la même définition du processus de production et de la valeur ajoutée que dans le cadre central du SCN 1993. Aucune imputation pour les services fournis pour compte propre n'a donc été possible dans ce contexte restrictif puisque, dans le cadre central, ils ne sont pas considérés comme « produits économiquement », même si cette procédure d'imputation pourrait présenter quelque intérêt pour comparer les coûts relatifs de l'utilisation de biens de consommation durables possédés individuellement et de la location du service ou de biens semblables auprès d'entreprises. Cela dit, pour les pays où l'utilisation de la voiture personnelle est courante pour les déplacements touristiques, il est recommandé de faire une estimation supplémentaire spéciale de ces services pour présenter autrement les comptes.

Consommation

Pour ce qui est de la distinction entre dépenses de consommation finale et dépenses de consommation intermédiaire, il a toutefois été nécessaire de s'écarter des recommandations du cadre central du SCN 1993. Il est proposé dans le CST une classification double, non homogène, de ce qu'on appelle les « dépenses touristiques

des unités productives ». Elles se rapportent aux dépenses encourues par les activités productives et classées comme consommation intermédiaire dans le cadre central de la comptabilité nationale. Elles s'appliquent aux dépenses de transport et d'hébergement des salariés en voyage d'affaires et à toutes les dépenses encourues par les invités d'une entreprise pendant un voyage et supportées par cette entreprise. Aux fins du CST, lorsque l'on examine l'activité des visiteurs, ces dépenses touristiques des unités productives sont considérées comme faisant partie de la consommation touristique et comme ne différant pas, dans leur essence, des dépenses de consommation que le SCN 1993 considère comme des dépenses de consommation finale des ménages en tant que visiteurs.

Valeur ajoutée

Néanmoins, quand entre en jeu le calcul de la valeur ajoutée des activités productives, ces dépenses sont classées dans la consommation intermédiaire des activités qui les paient, sans qu'il soit tenu compte de leur effet particulier au titre de la consommation touristique, puisque n'importe quelle autre dépense est considérée comme consommation intermédiaire de ces activités.

Classification des produits et des genres d'activité économique

Le CST emploie des classifications de produits et de genres d'activité économique différentes de celles recommandées pour le SCN 1993 (CCP, version 1.0, pour les produits et CITI, rév. 3, pour les activités) - dont, néanmoins, elles découlent - parce qu'il met en lumière en premier lieu les produits et activités caractéristiques du tourisme et en second lieu les produits et activités connexes au tourisme. Ces classifications sont, pour les biens et les services, la liste des produits spécifiques du tourisme et, pour les activités, la classification internationale type des activités touristiques (CITAT). D'une façon générale, cette optique différente est sans effet sur les totaux et n'a d'influence que sur les ventilations par produits ou activités.

S'agissant des services des agences de voyages et des voyagistes, il apparaît toutefois quelques grandes différences. Alors que le SCN 1993 ne considère pas explicitement le cas de ces services et qu'il ne fait pas de recommandation particulière quant à la manière de représenter leur activité, le cadre du CST stipule qu'il faut utiliser un système net d'enregistrement, où le service fourni par ces agents et les services pour lesquels ils servent d'intermédiaires ou qu'ils offrent sous forme de forfait sont à considérer séparément comme des composantes de la consommation touristique. Le système considère que le consommateur qui achète un service de voyage auprès de ces intermédiaires achète simultanément les services de voyage objet de l'intermédiation (transports, hébergement, activités récréatives, etc.) et le service de l'intermédiaire lui-même, dont la valeur se limite à un équivalent de marge commerciale.

Ce traitement peut avoir d'importantes conséquences quand les lieux de résidence du client, de l'intermédiaire et du prestataire de services sont différents, parce que des montants considérables comme la production totale de produits, le total des importations et le total des exportations du système peuvent alors différer de ceux figurant dans la présentation du SCN 1993.

Ce traitement ne modifie cependant ni la valeur ajoutée totale, ni la balance nette des importations et des exportations, qui, en fin de compte, sont les seules valeurs à avoir une signification globale.

Pour terminer, il convient de souligner que le CST utilise, comme agrégat caractéristique, une valeur qui a la dimension de la valeur ajoutée mais qui ne correspond pas à la valeur ajoutée créée par un ensemble d'unités de production aux processus de production similaires comme dans le cadre central du SCN 1993. La valeur ajoutée du tourisme est définie comme la valeur ajoutée créée dans l'économie pour répondre à la consommation du tourisme intérieur. Cette valeur ajoutée peut être créée en partie par les branches d'activité marchande touristiques et en partie aussi par des branches d'activité marchande non touristiques. La valeur ajoutée créée par les branches d'activité marchande touristiques ne fait pas entièrement partie de la valeur ajoutée du tourisme puisque ces activités peuvent également servir des non-visiteurs, de même que des activités non touristiques peuvent servir des visiteurs et donc créer une valeur ajoutée touristique.

BIBLIOGRAPHIE

- Commission des Communautés européennes, Fonds monétaire international, Organisation de coopération et de développement économiques, Nations Unies et Banque mondiale, Système de comptabilité nationale, 1993, Bruxelles/Luxembourg, New York, Paris, Washington, D.C., 1993.
- Commission européenne, décision 1999/34/EC du 9 décembre 1998 relative aux procédures d'application de la directive 95/57/EC du Conseil concernant la collecte d'informations statistiques dans le domaine du tourisme ; voir Journal officiel des Communautés européennes, n° L9 (15 janvier 1999).
- Conseil de l'Union européenne, directive 95/57/EC du 23 novembre 1995 concernant la collecte d'informations statistiques dans le domaine du tourisme ; voir Journal officiel des Communautés européennes, n° L291 (6 décembre 1995).
- Fonds monétaire international, Manuel de la Balance des paiements, cinquième édition, Washington, D.C., 1993.
- Nations Unies, Classification centrale de produits, version 1.0 (publication des Nations Unies, numéro de vente : E.98.XVII.5).
- _____, Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (publication des Nations Unies, numéro de vente : E.90.XVII.11).
- Nations Unies et Organisation mondiale du tourisme, « Recommandations sur les statistiques du tourisme », in Recommandations sur les statistiques du tourisme (publication des Nations Unies, numéro de vente : E.94.XVII.6), première partie.
- _____, « Classification internationale type des activités touristiques », in *ibid.*, deuxième partie.
- Office statistique des Communautés européennes, Méthodologie communautaire en matière de statistiques du tourisme, Luxembourg, 1998.
- Organisation de coopération et de développement économiques, Manuel sur les comptes économiques du tourisme, Paris, 1991.
- _____, « Lignes directrices pour un compte satellite du tourisme », novembre 1999.
- _____, « Lignes directrices pour un compte satellite du tourisme : module Emploi », novembre 1999.
- Organisation mondiale du tourisme, « Détermination de l'importance du tourisme en tant qu'activité économique dans le cadre du système de comptabilité nationale », rapport présenté à l'Assemblée générale de l'Organisation mondiale du tourisme, New Delhi, 3-14 octobre 1983.

_____, Concepts, définitions et classifications des statistiques du tourisme, manuel technique n° 1 (1995) ; Rassemblement des statistiques de la dépense touristique, manuel technique n° 2 (1995) ; Rassemblement des statistiques du tourisme interne, manuel technique n° 3 (1995) ; Rassemblement et présentation des statistiques du tourisme, manuel technique n° 4 (1995).

_____, « Compte satellite du tourisme (CST) – Cadre conceptuel », document daté juin 1999 présenté à la Conférence mondiale Enzo Paci sur la mesure de l'impact économique du tourisme, Nice, 15-18 juin 1999.

_____, « Projet de compte satellite du tourisme (CST) : références méthodologiques », document daté décembre 1999 présenté en vue de son adoption par le Commission de statistique à sa trente et unième session, 29 février-3 mars 2000.

Organisation mondiale du tourisme, Organisation de coopération et de développement économiques et Office statistique des Communautés européennes, « Proposed amendments to the document entitled "Tourism Satellite Account (TSA): Methodological References" », document d'information de la Commission de statistique à sa trente et unième session, 29 février-3 mars 2000.

Statistique Canada, Le Compte satellite du tourisme, Série technique de la Division de la comptabilité nationale et de l'environnement, n° 31, Ottawa, juillet 1994.

Statistique Canada, « Proposition en vue de l'établissement d'un compte satellite du tourisme et d'un système d'information du tourisme », Ottawa, juin 1991.

World Travel and Tourism Council, « Update principles for travel and tourism national satellite accounting », septembre 1998.

Index

- Acquisitions, 2.45, 2.81, 4.64
Actifs, 1.50, 2.34, 2.47, 2.57, 2.81, 3.62, 4.66, annexe IV
Actifs fixes, 1.50, 2.34, 2.81, annexe IV
Actifs produits, 2.81
Activités, 1.1, 1.4, 1.5, 1.14, 1.20, 1.23, 1.30-1.32, 1.34, 1.36, 1.47, 1.48, 1.50, 2.1, 2.2, 2.5, 2.15, 2.27, 2.55, 2.67, 2.68, 2.76, 3.1, 3.3, 3.10, 3.23-3.26, 3.28-3.31, figure 3.1, 3.41, 3.42, 3.44, 3.49, 3.54-3.56, 3.59, 3.60, 4.4, 4.12, 4.13, 4.21, 4.23-4.25, figure 4.4, 4.28, 4.49, 4.52, 4.54, 4.56, 4.57, 4.71, 4.73, 4.76, 4.80, 4.82, 4.87, 4.88, 4.98, 4.100, figure 4.5, 4.102, 4.112, 4.114, annexe I, annexe II
Caractéristiques, 1.50, 3.23, 3.24, 3.26, 3.29, 3.30, 3.31, figure 3.1, 3.41, 3.42, 3.54, 3.59, 3.60, 4.24, 4.25, figure 4.4, 4.57, 4.71, annexe II
Connexes, figure 3.1, 4.71
Non spécifiques, figure 3.1, 4.23
Secondaires, 4.88
Activités économiques, 1.4, 1.14, 1.20, 1.23, 1.34, 2.5, 3.55
Administrations publiques, 2.30, 2.36-2.42, 2.76, 2.78, 2.79, 4.67, 4.113, tableau 9
Gouvernement, 1.1,
Recettes publiques, 1.2, 1.5
Agrégats, 1.19-1.21, 1.48, 2.61, 2.85, 3.45, 3.51, 4.1, 4.3, 4.4, 4.40, 4.57, 4.65, 4.73-4.80, 4.101, figure 4.5, 4.102, 4.103, 4.107, 4.109
- Principaux agrégats
Consommation du tourisme intérieur en espèces, 4.39, 4.77
Consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature), 4.40, 4.77, 4.79, 4.105
Produit intérieur brut du tourisme, 4.12, 4.77, 4.89, figure 4.5
Valeur ajoutée des industries touristiques, 3.58, 4.77
Valeur ajoutée du tourisme, 1.20, 4.12, 4.29, 4.40, 4.47, 4.55-4.57, 4.77, 4.85-4.89, 4.98, figure 4.5; définition en 4.85
- Autres agrégats
Consommation touristique collective, 1.46, 2.80, 3.7, 4.6, 4.31, 4.70, 4.104, 4.105, 4.115, 4.117, 4.118, tableau 9
Demande touristique totale, 1.46, 4.105, 4.117
Emploi touristique, 4.5, 4.103, 4.107
Formation brute de capital fixe du tourisme, 1.46, 1.50, 2.83, 2.85, 3.7, 3.63, 4.6, 4.31, 4.65, 4.104, 4.105, 4.109, 4.110, 4.117, 4.118, tableau 8, annexe IV
- Bâtiments, 4.66, annexe IV
Biens de consommation durables, 2.49-2.54, 4.36, annexe I
Biens et services, 1.5, 1.6, 1.10, 1.11, 1.14, 1.15, 1.40, 1.47, 2.2, 2.31, 2.34, 2.38, 2.45, 2.47, 2.54, 2.57, 2.60, 2.62-2.66, 2.83, 3.2, 3.8-3.10, 3.15, 3.18, 3.22, 3.23, 3.27, 3.30, 3.58, 4.2, 4.4, 4.49, 4.53, 4.86, annexe I

Biens et services de consommation, 2.31, 2.34, 2.38, 2.47, 3.8, annexe I
 Centre d'intérêt économique, 2.13; voir également **territoire économique**
Classification centrale de produits, version 1.0, 1.50, annexe I, annexe II, bibliographie
Classification de la consommation individuelle par fonction, annexe I
Classification des fonctions des administrations publiques, 4.67
 Classification internationale type des activités touristiques, 1.36, 3.29, bibliographie
Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activités économiques, 1.50, annexe II, bibliographie
 Comparabilité internationale, 1.18, 1.28, 3.12, 3.15, 3.21, 3.29, 4.21, 4.28, 4.37, 4.75, annexe I, annexe II, annexe III
 Comptabilité, 1.9, 1.21, 1.37, 2.40, 2.55, annexe IV, bibliographie
 Comptabilité nationale, 1.8, 1.9, 1.12, 1.13, 1.20, 1.22, 1.30-1.32, 2.27-2.29, 2.33, 2.37, 2.44, 2.58, 3.48, 3.52, 4.10-4.13, 4.15, 4.38, 4.80, 4.95
 Comptes satellites, 1.17, 1.25, 1.39, 3.10, 3.20, 4.4, 4.72, annexe I, annexe III
 Consommation, 1.9, 1.11, 1.18, 1.20, 1.33, 1.40, 1.45, 1.46, 2.2, 2.5, 2.20, 2.28-2.31, 2.33-2.38, figure 2.1, 2.39-2.45, 2.47-2.49, 2.53-2.58, figure 2.2, 2.59-2.66, 2.68-2.70, 2.72, 2.75, 2.79, 2.80, 2.84, 3.6-3.9, 3.17, 3.19, 3.30, 3.31, figure 3.1, 3.34, 3.36, 3.42, 3.45, 3.49, 3.56-3.58, 3.60, 4.4, 4.6, 4.9, 4.12, 4.13, 4.16, 4.17, figure 4.1, 4.18, 4.19, figure 4.2, 4.27, 4.29, 4.31, 4.34-4.36, 4.39, 4.40, 4.42, 4.43, 4.45-4.48, 4.50-4.52, 4.54-4.57, 4.63, 4.68-4.70, 4.73, 4.77, 4.79, 4.80, 4.82, 4.83, 4.85, 4.88, 4.91, 4.99, 4.100, figure 4.5, 4.102, 4.104-4.107, 4.111, 4.114-4.118, tableau 1, tableau 2, tableau 3, tableau 4, tableau 6, tableau 9, annexe I, annexe II
 Consommation des visiteurs, 4.40, 4.42, 4.57, 4.63, 4.79, 4.102
 Consommation du tourisme émetteur, 2.61, 2.62, 2.64, 2.66, 3.45, 4.16, 4.17, figure 4.1, 4.18, 4.19, figure 4.2, 4.35, tableau 3
 Consommation du tourisme intérieur, 1.46, 2.61, 2.65, 3.30, figure 3.1, 4.27, 4.29, 4.34, 4.39, 4.40, 4.43, 4.47, 4.50, 4.51, 4.54, 4.56, 4.77, 4.79, 4.83, 4.85, 4.100, figure 4.5, 4.105, 4.116, 4.117, tableau 4, tableau 6
 Consommation du tourisme interne, 1.18, 2.61, 2.62, 2.65, 2.66, 3.45, 4.16, 4.17, figure 4.1, 4.18, 4.19, figure 4.2, 4.35, 4.36, 4.39, tableau 2
 Consommation du tourisme national, 2.61, 2.66
 Consommation du tourisme récepteur, 2.61, 2.63, 2.65, 3.45, 4.16, 4.17, figure 4.1, 4.18, 4.19, figure 4.2, 4.35, tableau 1
 Consommation finale effective des ménages, 2.38, figure 2.1, 2.42, 2.54, 2.58, figure 2.2
 Consommation intermédiaire, 2.28, 2.40-2.42, 2.48, 2.56, 2.59, 3.49, 3.56, figure 4.2, 4.43, 4.45, 4.46, 4.48, 4.52, 4.55, 4.80
 Consommation touristique, 2.28, 2.84, 3.19
 Consommation touristique collective, voir **agrégats**
 Dépense de consommation finale des ménages, 2.31, 2.34-2.38, figure 2.1
 Dépenses de consommation, 1.45, 2.28, 2.31, 2.34-2.38, figure 2.1, 2.39, 2.43, figure 2.2, 2.79, 4.27, 4.34-4.36, 4.39, 4.99, tableau 1, tableau 2, tableau 3
 Consommation collective, 2.79
 Consommation du tourisme émetteur, voir **consommation**
 Consommation du tourisme intérieur, voir **consommation**
 Consommation du tourisme intérieur en espèces, voir **agrégats**

Consommation du tourisme intérieur (en espèces et en nature), voir **agrégats**
 Consommation du tourisme interne, voir **consommation**
 Consommation du tourisme national, voir **consommation**
 Consommation du tourisme récepteur, voir **consommation**
 Consommation effective, 2.35, 2.39, 2.45
 Consommation finale effective, 2.31, 2.38, figure 2.1, 2.42, 2.54, 2.58, figure 2.2, 2.79
 Consommation finale effective des ménages, voir **consommation**
 Consommation intermédiaire, voir **consommation**
 Consommation touristique, voir **consommation**
 Consommation touristique collective, voir **agrégats** et **consommation**
 Coût, voir **consommation intermédiaire**
 Demande touristique totale, voir **agrégats**
 Dépense de consommation, voir **consommation**
 Dépense de consommation finale des ménages, voir **consommation**
 Dépense des visiteurs, 1.45, figure 2.2
 Données économiques, 1.20
 Emploi, 1.2, 1.5, 1.20, 1.23, 1.37, 1.50, 2.2, 3.59-3.61, 4.5, 4.30, 4.58-4.60, 4.62, 4.63, annexe III; définition en 3.59; voir également **emploi touristique**
 Emploi touristique, 4.5, 4.103, 4.107; voir également **agrégats**
 Employés, 2.41, 2.56, 3.61, 4.60
 En nature, 2.34, 2.36-2.38, figure 2.1, 2.41-2.43, 2.55-2.57, figure 2.2, 2.70, 4.12, 4.34, 4.39, 4.40, 4.68, 4.77, 4.79, 4.105
 Enregistrement net, 2.47, 2.75, 3.43, 3.50, 3.56, 3.57, 4.12-4.16, figure 4.1, 4.18, figure 4.2, 4.26, 4.41, 4.44, 4.45, 4.64, 4.99, 4.100, figure 4.5
 Entreprises, 2.28, 3.52, annexe I
 Environnement habituel, 1.1, 1.11, 2.1, 2.4, 2.6-2.13, 2.15, 2.16, 2.18, 2.22, 2.26, 2.30, 2.50, 2.60, 2.72, 3.1, 3.9
 Etablissements, 1.47, 3.52-3.54, 4.52, 4.62, 4.67, 4.71, 4.88, 4.108, annexe I, annexe II, annexe IV; définition en 3.52
 Fonds de commerce, 4.66
 Formation brute de capital fixe, 2.81-2.85, 3.62, 3.63, 4.64, 4.66; voir également **formation brute de capital fixe du tourisme**
 Formation brute de capital fixe du tourisme, voir **agrégats**
 Heures travaillées, 3.61, 4.61
 Importations de biens et services, tableau 5, tableau 6
 Industries, 1.11, 1.20, 1.34, 1.47, 2.83, 2.84, 3.54, 3.55, 3.58, 3.62, 3.63, 4.4, 4.6, 4.12, 4.28, 4.30, 4.43, 4.44, 4.46, 4.49, 4.58, 4.59, 4.63, 4.64, 4.70, 4.77, 4.82-4.86, 4.88, 4.100, figure 4.5, 4.102, 4.108, tableau 5, tableau 6, tableau 8, annexe II, annexe III
 Industries touristiques, 1.20, 1.47, 2.83, 2.84, 3.54, 3.55, 3.58, 3.62, 3.63, 4.4, 4.12, 4.30, 4.43, 4.44, 4.46, 4.49, 4.58, 4.59, 4.64, 4.70, 4.82-4.85, figure 4.5, 4.108, annexe II, annexe III, tableau 5, tableau 7, tableau 8
 Institutions sans but lucratif au service des ménages, 2.30
 Investissement, 1.5, 2.84, 4.66, 4.112
 Liste des produits spécifiques du tourisme, 1.50, 3.15, 3.16, 3.19, 3.21, annexe I
 Logements occupés par leur propriétaire, 2.69
Manuel de la balance des paiements, 2.10, bibliographie

Marges, 3.40, 4.12, 4.13, 4.26, 4.41, 4.56, 4.94, 4.95, 4.99
 Ménages, 1.16, 1.45, 2.11, 2.13, 2.30, 2.31, 2.33-2.36, 2.38, 2.41, 2.72, 3.32
 Non résidents, 2.62
 Organisations internationales, 1.27, 1.28, 3.14, 3.15, 4.7, 4.28, annexe I, annexe II
 Poste de travail, 1.5, 3.61, 4.59-4.62, 4.108, annexe III
 Prix de base, 2.75, 4.9, 4.43, 4.44, 4.48-4.50, 4.54, 4.56, 4.99, 4.100, figure 4.5
 Prix constants, 1.20, 4.33, 4.76
 Prix de marché, 2.37
 Producteurs, 1.4, 2.66, 3.3, 3.23, 3.30, 3.38-3.40, 3.47, 4.16, 4.49, 4.82, 4.83, 4.92, 4.93
 Production, 1.5, 1.9, 1.40, 2.33, 2.34, figure 2.1, 2.48, figure 2.2, 2.59, 2.69, 2.72, 2.81, 2.82, 3.3, 3.23-3.25, 3.28, 3.30, 3.31, figure 3.1, 3.32-3.34, 3.48, 3.49, 3.52, 3.55-3.58, 4.9, 4.12, figure 4.2, 4.23, 4.43-4.46, 4.48, 4.49, 4.51-4.53, 4.55, 4.69, 4.82, 4.83, 4.85, 4.87, 4.88, 4.92, 4.99, 4.106, 4.107, 4.112, 4.114, annexe II, annexe III,
 Comptes, 1.20, 4.43
 Limites, 1.16
 Produit intérieur brut, 4.12, 4.77, 4.80, 4.89; voir également **produit intérieur brut du tourisme**
 Produit intérieur brut du tourisme, voir **agrégats**
 Produits, 1.23, 1.47, 2.45-2.47, 2.74, 2.75, 3.7, 3.10, 3.13, 3.15-3.17, 3.21, 3.25, 3.29, 3.30, figure 3.1, 3.49, 4.12, 4.13, 4.17, 4.19, 4.21, 4.22, 4.33, 4.49, 4.55, 4.56, 4.88, 4.95, 4.99, 4.100, figure 4.5, annexe I, annexe II; voir également **biens et services**
 Caractéristiques, 1.48, 1.50, 3.15-3.17, 3.21, 3.22, 3.24, 3.28, figure 3.1, 4.24, 4.25, figure 4.3, 4.28, 4.43, annexe I, annexe II
 Connexes, 3.17, figure 3.1, annexe I
 Non spécifiques, figure 3.1, 4.22
 Produits spécifiques au tourisme, voir **liste des produits spécifiques au tourisme**
 Recommandations sur les Statistiques du Tourisme, 1.36, 2.6, 2.10, 2.28, bibliographie
 Rémunération des employés, 3.61
 Résidence, 1.12, 2.5, 2.6, 2.10-2.15, 2.17, 2.25, 2.26, 4.12, 4.17, figure 4.1, 4.19, figure 4.2, annexe I, annexe II, annexe IV
 Résidences secondaires, 1.15, 2.14, 2.15, 2.68, 2.72, 3.32, 3.34, figure 4.3, figure 4.4, annexe II, annexe IV
 Revenus en nature, figure 2.1, figure 2.2
 Services d'hébergement, 1.16, 1.45, 2.70-2.72, 3.32, 4.34
 Système de comptabilité nationale 1993, 1.9, 1.13, 1.31, 1.32, 2.28, annexe V, bibliographie
 Temps partagé (time-sharing), annexe IV
 Terrains, 2.47, 4.66, annexe I, annexe II, annexe III
 Territoire économique, 2.61, 2.63-2.67, 4.12, 4.16, figure 4.1, 4.18, figure 4.2, 4.26, 4.36, 4.71, 4.79
 Tourisme, 1.1-1.7, 1.11, 1.14, 1.15, 1.17, 1.20, 1.23-1.34, 1.36-1.40, 1.45-1.48, 2.1-2.5, 2.8, 2.11, 2.12, 2.16, 2.29, 2.30, 2.35, 2.43, 2.44, 2.61, 2.62, 2.64, 2.78, 2.80, 2.82-2.84, 3.1-3.5, 3.9, 3.11, 3.13, 3.15-3.17, 3.22, 3.24, 3.26-3.28, 3.31, figure 3.1, 3.49, 3.54, 3.58-3.62, 4.1, 4.2, 4.12, 4.17-4.19, figure 4.2, 4.21, 4.22, 4.27, 4.31, 4.33, 4.34, 4.39, 4.46, 4.51, 4.52, 4.55, 4.56, 4.58, 4.64, 4.66, 4.67, 4.70-

4.73, 4.77, 4.79, 4.83, 4.88, 4.97, 4.101, 4.102, 4.111, 4.112, annexe I, annexe II, annexe III, annexe IV

Tourisme émetteur, 1.38, 2.61, 4.34; définition en 2.61

Tourisme intérieur; définition en 2.61

Tourisme international, 1.25, 1.29, 1.32, 4.33

Tourisme interne, 2.61, 4.34; définition en 2.61

Tourisme national, 1.23, 2.61; définition en 2.61

Tourisme récepteur, 1.38, 2.61, 3.60, 4.34; définition en 2.61

Transactions, 1.17, 2.30, 2.45

 En nature, 4.12, 4.34

Transferts en nature, 2.34, 2.36-2.38, figure 2.1, 2.41, 2.43, 2.55, 2.57, figure 2.2, 4.39, 4.68

Troc, figure 2.1, figure 2.2

Valeur ajoutée des industries touristiques, 3.58, 4.77; voir également **agrégats**

Valeur ajoutée du tourisme, voir **agrégats**

Visiteurs, 1.2, 1.4-1.6, 1.11, 1.20, 1.29, 1.40, 1.45-1.47, 2.1, 2.2, 2.4-2.6, 2.8, 2.12, 2.13, 2.16, 2.18-2.30, 2.39, 2.42-2.48, 2.53-2.68, figure 2.2, 2.70, 2.72-2.75, 2.82, 2.83, 3.1, 3.2, 3.6, 3.8, 3.9, 3.17, 3.19, 3.22, 3.26-3.28, 3.30, figure 2.1, 3.32, 3.35-3.37, 3.39, 3.40-3.43, 3.46, 3.47, 3.49, 3.50, 3.58, 3.60, 4.4, 4.12, 4.13, 4.16, figure 4.1, 4.18, figure 4.2, 4.27, 4.34-4.37, 4.39, 4.51, 4.52, 4.67, 4.68, 4.71, 4.73, 4.79, 4.80, 4.82, 4.83, 4.86-4.93, 4.96, 4.99, 4.100, figure 4.5, 4.102, 4.106, 4.107, 4.111, 4.112, 4.116, annexe I, annexe IV

Voyages à forfait, 2.68, 2.73, 2.74, 3.50, 3.51, 4.13, 4.16, 4.17, figure 4.1, 4.26, 4.45, annexe I

Voyageur, 2.22, 2.26