Le tourisme et la réduction de la pauvreté

« D'abord ils vous ignorent, puis ils vous raillent, puis ils vous combattent, puis vous gagnez ». Gandhi

Traveler's Step

*La **garantie** d'un séjour réussi !*

Table des matières

Le tourisme et la réduction de la pauvreté 6
LA POSITION SPÉCIALE DU TOURISME DANS LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ 6
La taille et la croissance du secteur 6
L'importance relative du tourisme dans les pays en développement 7
3. Les caractéristiques du tourisme 8
10 Principes pour atteindre la réduction de la pauvreté grâce au tourisme [1] 10
Les Nations Unies proclament 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement 11
Le secteur privé suédois adhère au Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT 12
Le tourisme, phénomène économique et social 14
Selon l'OMT, 2016 sera une année positive pour le tourisme grec 15
L'OMT et l'Égypte débattent des mesures de reprise à l'ITB 16
Le secteur privé se mobilise contre l'exploitation des enfants dans le tourisme 17
Sûreté et fluidité des voyages, technologies et durabilité sont les priorités pour le tourisme 20
Sport et aventure, créneaux porteurs pour le tourisme de neige et de montagne 21
L'OMT et la Chine organisent la première Conférence mondiale sur le tourisme pour le développement 23
Le tourisme rural pour combattre la pauvreté en Chine 24
L'OMT confiante quant à la reprise du tourisme en Égypte 24
L'Andorre accueillera le neuvième Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne 25
Les ministres du tourisme débattent de la collaboration entre tourisme et sécurité 27
Le tourisme accessible : un droit et une opportunité commerciale 28
Le tourisme d'achats, composante essentielle du marketing des destinations 29
Investour consolide son rôle de catalyseur du développement touristique africain 30
Les initiatives de tourisme durable récompensées par les prix de l'OMT 32
Record d'arrivées de touristes internationaux en 2015, à 1,2 milliard, en hausse de 4 % 34
Régimes de visa : les niveaux d'ouverture continuent de progresser 37
L'OMT décerne à Arthur Haulot le Prix récompensant l'œuvre de toute une vie 40

L'Organisation mondiale du tourisme présente le rapport sur les routes et itinéraires culturels 41
Le Prix Ulysse de l'OMT est décerné au Dr Richard Butler 42
Les activités de l'OMT à FITUR, sous le signe de l'innovation et de la durabilité....43
Partenariat entre l'OMT et le Cluster de tourisme de montagne sur la saisonnalité 44
Les Nations Unies proclament 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement....47
Le Comité mondial d'éthique du tourisme débat de l'impact des commentaires publiés sur internet 48
Les dirigeants mondiaux du secteur des voyages et du tourisme optimistes sur les résultats des négociations de la COP21 50
L'OMT et l'Institut Griffith pour le tourisme lancent le Rapport mondial sur les partenariats public-privé dans le tourisme 52
L'OMT organisera la première Conférence mondiale sur l'œnotourisme en Géorgie en 2016..54
Sommet ministériel OMT/WTM : l'influence des médias sociaux sur les stratégies de marque des destinations....55
L'OMT et la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD), partenaires à l'appui d'un tourisme durable et profitant à tous....56
Stratégies de marque des destinations, Route de la soie et le tourisme jeune en Asie au programme des activités de l'OMT au World Travel Market 58
L'OMT se félicite de l'adoption des objectifs de développement durable....59
L'OMT conclut un partenariat avec UnionPay International....60
Journée mondiale du tourisme – Célébrer le milliard de possibilités offertes par le secteur du tourisme 61
Rejoignez la conversation #1billiontourists 62
Les pays de l'Afrique de l'Est s'engagent à développer la coopération régionale en matière de tourisme 62
La marque Afrique – les partenariats sont essentiels au renforcement de la valeur de la marque de l'Afrique....64
Lettre ouverte de l'OMT/WTTC sur les voyages et le tourisme 66
La conférence de l'OMT étudie de nouveaux moyens pour promouvoir la marque Afrique 66
L'OMT se félicite de la décision chinoise de faire du tourisme un instrument de lutte contre la pauvreté....67

L'OMT recommande un financement plus important du tourisme au titre de la coopération au développement 68

L'OMT et le Basque Culinary Center organisent le Premier Forum mondial sur le tourisme de gastronomie 70

Le tourisme, une priorité nationale pour le Honduras 72

ITB 2015 : les révolutions des voyages et des technologies, au cœur de l'intervention du Secrétaire général de l'OMT 73

Le développement du tourisme en Afrique menacé par la criminalité liée aux espèces sauvages 75

Comprendre le tourisme : Glossaire de base 78

Analyse économique 78

Liste de catégories de produits caractéristiques du tourisme et d'industries touristiques 82

VII Forum Touristique sur les Investissements et les 87

Opportunités d'Affaires en Afrique - INVESTOUR 2016 87

http://www2.unwto.org/fr

https://www.instagram.com/unwto/

http://www2.unwto.org/fr
https://www.instagram.com/unwto/

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) (anglais : World Tourism Organization (UNWTO)) est une institution spécialisée des Nations unies destinée à promouvoir et développer le tourisme. L'OMT joue un rôle dans la promotion du développement du tourisme responsable, durable et accessible à tous, en veillant tout particulièrement aux intérêts des pays en développement.

L'Organisation encourage également l'application du Code mondial d'éthique du tourisme pour s'assurer que les pays membres, les destinations touristiques et les entreprises du secteur maximisent les effets économiques, sociaux et culturels positifs de cette activité et en recueillent atouts les fruits tout en réduisant au minimum les répercussions négatives sur la société et sur l'environnement.

Son siège se situe à Madrid en Espagne et ses langues officielles sont l'anglais, l'arabe, l'espagnol, le français et le russe. L'OMT compte 157 États membres, sept membres associés, deux observateurs permanents et plus de 400 membres affiliés. Le Secrétariat de l'OMT est dirigé par le Secrétaire général et est responsable de l'application du programme de travail de l'organisation. L'Allemagne est depuis 1976 membre à part entière de l'OMT. Étant membre élu du Conseil exécutif jusqu'en 2017, l'Allemagne participe activement aux travaux de l'OMT. Le Conseil exécutif contrôle la mise en œuvre du programme de l'Organisation et le respect du budget.

Parmi les sujets principaux des programmes de l'OMT il faut citer la durabilité, la formation, les tendances du tourisme, les stratégies de marketing, les statistiques, la gestion des destinations, l'éthique du tourisme, la gestion des crises et la coopération technique.

Encourager et développer le tourisme pour contribuer à l'essor économique, à la compréhension internationale, à la paix, à la prospérité et au respect de la liberté et des droits de l'homme de tous sans distinction de race, de sexe, de langue ou de religion, tels sont les objectifs fondamentaux de l'OMT. A cet effet, il est prioritaire pour l'OMT d'atteindre les objectifs du millénaire en vue de réduire la pauvreté.

Source : World Tourism Organization

Les huit objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) forment un plan approuvé par tous les pays du monde et par toutes les grandes institutions mondiales de développement. Ils ont galvanisé des efforts sans précédent pour répondre aux besoins des plus pauvres dans le monde et sont arrivés à expiration à la fin 2015. Pour leur succéder, l'ONU a travaillé avec les gouvernements, la société civile et les différents partenaires pour exploiter la dynamique dégagée par les OMD et élaborer un programme ambitieux pour l'après-2015 :

Transformer notre monde : le Programme de développement durable à l'horizon 2030 s'articule autour de 17 objectifs mondiaux.

Le secteur du tourisme démontre sa capacité à :

Créer des emplois et apporter de nombreux avantages sociaux et économiques aux couches les plus pauvres de la population, en particulier les femmes,

Contribuer à protéger les écosystèmes fragiles.

Le tourisme joue un rôle moteur dans le redressement économique, il renforce la prise de conscience du potentiel du secteur, cette vision est partagée par tous les acteurs impliqués, tant public, que privé.

Le tourisme représente 45 % des exportations de services des pays les moins avancés, et est un moteur essentiel de création d'emplois pour nombre des populations les plus vulnérables du monde. L'industrie touristique est amenée à jouer un rôle de plus en plus important dans la réalisation des OMD, en particulier le premier (réduire la pauvreté), le troisième (promouvoir l'égalité des sexes), le septième (préserver l'environnement) et le huitième (mettre en place un partenariat mondial pour le développement), avec à la clé le développement des zones rurales et l'aide aux petites entreprises touristiques.

Par ailleurs, l'OMT encourage activement le tourisme durable, c'est à dire une forme de tourisme qui utilise au mieux les ressources naturelles, maintient les processus écologiques essentiels et assure la conservation du patrimoine naturel et de la diversité biologique, contribuant ainsi à la réalisation du septième OMD : préserver l'environnement.

En vue de réaliser le huitième objectif mettre en place un partenariat mondial pour le développement l'OMT appelle à un renforcement de la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) en tant que moyen essentiel de garantir que le secteur répond aux OMD en créant des conditions favorables au développement d'un secteur touristique plus vert, plus compétitif et plus responsable.

http://www.mondialisations.org/php/public/art.php?id=33491&lan=FR

Le tourisme et la réduction de la pauvreté

Le tourisme est l'un des vecteurs majeurs du commerce international et de la prospérité. La réduction de la pauvreté est l'un des défis mondiaux les plus importants. Malgré cette période de turbulences pour l'économie mondiale, il est peu probable que ces affirmations de base changent. La polarisation des richesses pour renforcer un tourisme au profit des populations les plus démunies représente une énorme tâche mais aussi une opportunité.

LA POSITION SPÉCIALE DU TOURISME DANS LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ

La taille et la croissance du secteur

Dans de nombreux pays, le tourisme agit comme un moteur de développement grâce à l'épargne en devises étrangères et à la création d'emplois directs et indirects. Le tourisme contribue à 5% du PIB mondial. Il représente 6% des exportations mondiales de services ; il est également le quatrième secteur exportateur, après le pétrole, les produits chimiques et l'automobile. Le tourisme offre 235 millions d'emplois, soit un emploi sur douze dans le monde entier.

Les arrivées internationales ont augmenté de plus de 4%, passant de 939 millions en 2010 à 982 millions en 2011, année caractérisée par une reprise économie mondiale stagnante, par de

nombreux changements politiques au Moyen-Orient et Afrique du nord, et les catastrophes naturelles au Japon.

L'importance relative du tourisme dans les pays en développement

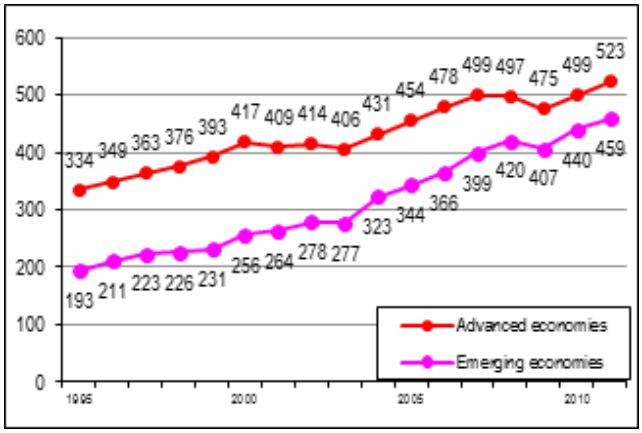
Le tourisme, dans de nombreux pays moins développés et en développement, représente l'option de développement économique durable la plus fiable, et, pour certains de ces pays, la principale source d'épargne en devises étrangères. Une partie de ces revenus favorise différents groupes de la société et, si le tourisme met l'emphase sur la réduction de la pauvreté, celui-ci peut bénéficier directement les groupes les plus pauvres grâce l'emploi des populations locales dans les entreprises touristiques, l'approvisionnement en biens et services aux touristes, ou par la création de petites entreprises communautaires locales, etc., l'impact sur les niveaux de réduction de la pauvreté étant positif.

Ces dernières années, le tourisme fut caractérisé par deux grandes tendances : la première fut la consolidation des destinations touristiques traditionnelles telles que l'Europe occidentale et l'Amérique du nord ; la deuxième fut une expansion géographique prononcée. Il y a eu une diversification substantielle des destinations et nombreuses d'entre elles ont enregistré une augmentation significative de leurs arrivées touristiques. Les arrivées vers les pays en développement ont enregistré 46% des arrivées internationales globales pour 2011. Le tourisme est devenu un élément majeur dans l'économie des pays en développement.

Voici quelques faits probants :

- En 2011, les arrivées touristiques internationales vers les marchés émergents et les pays en développement ont enregistré 459 millions.
- Le tourisme est la première ou la seconde source d'épargne en devises pour 20 des 48 pays les moins développés du monde.

- Dans certains pays en développement, particulièrement les petites îles Etats, le tourisme peut représenter 25% du PIB.



3. Les caractéristiques du tourisme

Il existe plusieurs caractéristiques du tourisme en tant qu'activité particulièrement bénéfique pour les pays à faibles revenus et leurs communautés les plus pauvres. Ceci inclut :

- Ses atouts particuliers. Le tourisme donne une grande valeur à des particularités communes aux pays en développement, telles que le climat chaleureux, le patrimoine culturel riche, les paysages envoûtants, et l'abondante biodiversité. Ces traits forts sont particulièrement apparents dans les zones rurales, à l'avantage du tourisme et, en revanche, au désavantage de la plupart des autres secteurs économiques.

- Son accessibilité aux pauvres. Le tourisme est un secteur de main-d'œuvre relativement important, formé traditionnellement par des petites et micro entreprise. De nombreuses activités touristiques sont particulièrement vouées aux femmes, aux jeunes et aux groupes de populations marginales telles que les minorités ethniques. Plusieurs emplois touristiques sont facilement accessibles aux pauvres car ils requièrent de faibles capacités et de petits investissements. Certains emplois peuvent être à temps partiel et servir ainsi de revenus complémentaires à d'autres activités.

- Son interaction. Les différents critères et actions définissant le produit touristique sont tellement nombreux, à l'intérieur d'une chaîne d'approvisionnement large et diversifiée, que les dépenses des touristes bénéficient à un large éventail de secteurs tels que l'agriculture, l'artisanat, les transports et autres activités. A leur tour, les employés de ces secteurs, dont les revenus sont assurés grâce au tourisme, bénéficient à d'autres secteurs économiques (il s'agit d'un effet multiplicateur).

- Ses liens entre les consommateurs et les producteurs. Le tourisme est une activité qui met en contact le consommateur avec le producteur. L'interaction entre les touristes et les communautés défavorisées peut fournir des bénéfices intangibles et pratiques. Les valeurs culturelles, environnementales et économiques favorisent la prise de conscience croissante des enjeux dont la stimulation des investissements locaux en matière d'infrastructures.

Il existe néanmoins des aspects négatifs du tourisme qui, s'agissant de la réduction de la pauvreté, requièrent une attention particulière.

Les principaux sont les suivants :

- Imprévisibilités et fluctuations de la demande. Le tourisme est très sensible aux événements économiques, environnementaux, et sociopolitiques qui influent sur la disposition des touristes aux voyages. Les pauvres sont très vulnérables à la baisse soudaine de la demande car ils ne possèdent ni assurances ni sécurité sociale. Cependant la demande touristique remonte rapidement dès le changement favorable des événements.

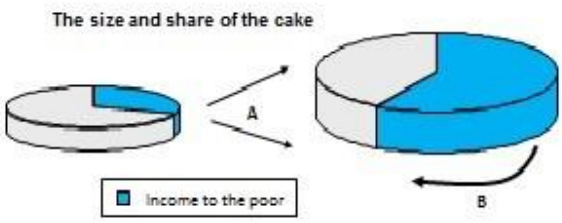
- La nature saisonnière de la demande, caractérisée par des pointes d'activités. Ceci requiert une bonne intégration entre le tourisme et les autres activités économiques dans le but de fournir un moyen de subsistance suffisant tout au long de l'année.

- L'impact sur les ressources vitales. Ceci inclut l'eau, la terre, l'alimentation, les sources d'énergie et la biodiversité. Leur usage par les pauvres peut être mis en danger par une surconsommation des touristes. La dégradation des aspects culturels et la perturbation des structures sociales sont des menaces parallèles. Les questions sur la réduction des ressources et la dégradation environnementale sont tout aussi importantes à l'échelle mondiale que locale, qui incluent les effets du tourisme à long terme sur le changement climatique et sur l'impact des mesures pour mitiger et adapter les modes de voyage.

- Faibles liens avec les pauvres. La nature des investissements touristiques et le manque d'engagement de la part des pauvres peuvent causer une fuite des touristes, donc de leurs dépenses, vers d'autres destinations. Les revenus générés ne bénéficieront donc pas aux pauvres mais aux segments de la société les mieux qualifiés et les plus riches.

Le tourisme ne doit pas être considéré comme la « réponse » à la réduction de la pauvreté bien qu'il y contribue fortement. Le potentiel permettant de développer un tourisme plus large et de canaliser un pourcentage plus élevé de dépenses touristiques au bénéfice des pauvres, est parfois élevé dans certaines zones, plutôt faibles dans certaines autres. Ceci dit, et conformément à la taille du secteur, certains changements, même minimes, peuvent contribuer largement à faire la grande différence.

Si l'on considère la croissance dans son ensemble, les bénéfices économiques et autres avantages pour les pauvres doivent être étudiées sous deux facettes :



Afin de contribuer de manière significative à la réduction de la pauvreté, il est essentiel d'étudier les différents courants touristiques dont deux d'entre eux requièrent une attention particulière :

- Engager le secteur privé, à travers des opérations et des investissements significatifs, et par le biais de petites et micro entreprises, grâce auxquels les ressources économiques liées au tourisme seront créées et distribuées. Ces opérations devront être complétées par des mesures générant plus de bénéfices pour les pauvres telles que les politiques de l'emploi, les liens entre

l'implantation d'activités touristiques et les produits locaux, ainsi qu'une plus grande concurrence.
- S'assurer que les destinations touristiques soient concurrentielles et durables, en étudiant les problèmes de gestion des ressources et la relation entre le tourisme et les autres secteurs de l'économie.

Cette approche devra être complétée par des séances de travail avec les communautés locales afin de leur faire comprendre quels sont leurs besoins et comment créer des opportunités accessibles. Ceci doit cependant rester lié à un contexte touristique plus large et au marché.

10 Principes pour atteindre la réduction de la pauvreté grâce au tourisme [1]

1. Tous les aspects et les types de tourisme peuvent et doivent s'engager à réduire la pauvreté.
2. Tous les gouvernements doivent inclure la réduction de la pauvreté comme objectif-clé du développement touristique, donc considérer le tourisme comme un instrument possible de réduction de la pauvreté.
3. La compétitivité et le succès économique des entreprises touristiques et des destinations sont décisives pour la réduction de la pauvreté. Sans cela les pauvres n'en tirent aucun profit.
4. Toutes les entreprises touristiques doivent se sentir concernées par l'impact de leurs activités sur les communautés locales et faire en sorte de bénéficier les pauvres à travers leurs actions.
5. Les destinations touristiques doivent être gérées par des stratégies et des plans d'actions dont l'objectif principal est la réduction de la pauvreté.
6. Une grande compréhension de la façon dont le tourisme fonctionne dans les destinations est demandée, à savoir : comment les revenus touristiques sont-ils distribués et qui peut en bénéficier.
7. La gestion et le développement du tourisme doivent inclure un large éventail d'intérêts, dont la participation et la représentation des communautés pauvres.
8. Les impacts potentiels du tourisme sur les moyens de subsistance des communautés locales doivent être pris en compte, dont les impacts locaux et globaux, actuels et futurs, des ressources naturelles et culturelles.
9. Une attention doit être donnée à la viabilité de tous les projets concernant les pauvres, en assurant l'accès aux marchés et aux grandes opportunités bénéficiant les liens avec les entreprises existantes.
10. Les impacts du tourisme sur la réduction de la pauvreté doivent être contrôlés de façon efficace.

Adaptation du "Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations. UNWTO and SNV 2010"

https://vimeo.com/unwto

http://step.unwto.org/fr/content/partenaires-st-ep

Les Nations Unies proclament 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement

L'Assemblée générale des Nations Unies a approuvé de proclamer 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement. La résolution, adoptée le 4 décembre, constate « l'importance attachée au tourisme international, en particulier à la proclamation d'une année internationale du tourisme durable pour le développement, pour ce qui est de favoriser la compréhension entre tous les peuples, de faire mieux connaître le riche héritage des différentes civilisations et de faire davantage apprécier les valeurs inhérentes aux différentes cultures, contribuant ainsi à renforcer la paix dans le monde ».

« Le fait que l'ONU ait proclamé 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement représente une opportunité unique d'accroître la contribution du secteur du tourisme aux trois piliers de la durabilité, l'économique, le social et l'environnemental, tout en attirant l'attention sur les véritables dimensions d'un secteur qui est souvent sous-évalué » a affirmé le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, avant d'ajouter : « En tant qu'organisme chef de file des Nations Unies pour cette initiative, l'OMT a hâte de commencer à organiser et à mettre en œuvre cette Année internationale, en collaboration avec les gouvernements, les organisations onusiennes concernées, d'autres organisations internationales et régionales et toutes les parties prenantes intéressées ».

Cette décision fait suite à la reconnaissance par les dirigeants mondiaux, lors de la Conférence des Nations Unies sur le développement durable (Rio+20), qu'un « tourisme bien conçu et bien organisé » peut contribuer au développement durable dans ses trois dimensions, à la création d'emplois et aux débouchés commerciaux.

Liens utiles :

Lire la résolution adoptée à l'adresse

Le tourisme et les ODD

Contacts :

Responsable médias de l'OMT : Rut Gómez Sobrino Tél. : (+34) 91 567

81 60

http://media.unwto.org/fr/press-release/2015-12-10/les-nations-unies-proclament-2017-anneeinternationale-du-tourisme-durable-

Le secteur privé suédois adhère au Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT

Visita et Svensk Turism AB sont les dernières entités en date du secteur privé à adhérer au Code mondial d'éthique établi par l'OMT. La signature de l'Engagement envers le Code s'est déroulée à l'occasion du congrès suédois de l'hôtellerie, à Göteborg (17 mars 2016).

En adhérant au Code, les entités du secteur privé signataires s'engagent à en respecter les principes ; à promouvoir le Code auprès de leurs partenaires, de leurs fournisseurs, de leurs employés et de leurs clients, en s'assurant qu'ils prennent connaissance des dispositions du Code et qu'ils les respectent autant que possible ; et à faire rapport au Comité mondial d'éthique du tourisme sur les mesures engagées aux fins de l'application du Code.

Ainsi que l'a déclaré le Directeur exécutif de l'OMT chargé de la compétitivité, des relations extérieures et des partenariats, Márcio Favilla, à l'occasion de la signature, « la croissance exponentielle du tourisme ces dernières années confère des responsabilités accrues à tous les acteurs, d'où l'importance de l'engagement d'aujourd'hui : le Code mondial d'éthique de l'OMT est l'instrument le plus efficace à travers lequel peut s'exprimer la responsabilité des entreprises envers la société et les communautés ».

« La Suède est une destination de plus en plus prisée, que ce soit par les touristes venant d'Europe ou de marchés lointains comme le Japon, la Chine, l'Inde, la Russie et les États-Unis d'Amérique. La coopération avec l'OMT traduit l'engagement pris par la Suède d'être une destination responsable, durable et attrayante » a déclaré la Présidente de Visita, Maud Olofsson. Eva Östling, PDG de Visita, a ajouté pour sa part que « le tourisme, en Suède, est un secteur économique de première importance, avec des exportations d'une valeur de 97 milliards de SEK, mais son potentiel est encore bien plus vaste, de sorte que l'objectif est de doubler ce résultat d'ici dix ans. »

Le Président de Svenk Turism, Magnus Nilsson, a annoncé « la prise en compte du Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT dans la stratégie nationale suédoise pour le secteur du tourisme. Nous allons nous attacher, en mettant l'accent sur la durabilité, à faire de la Suède, d'ici 2020, une destination naturelle pour les voyageurs du monde. »

Le Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT énonce un ensemble complet de principes pour guider l'action des acteurs clé en matière de développement du tourisme. Le Code, à l'usage des pouvoirs publics, des professionnels des voyages et des communautés aussi bien que des touristes, vise à porter à leur maximum les effets bénéfiques du secteur tout en réduisant à un minimum son impact potentiellement négatif sur l'environnement, le patrimoine culturel et les sociétés à travers le monde. Le Code a été adopté en 1999 par l'Assemblée générale de l'Organisation mondiale du tourisme, puis entériné par celle des Nations Unies en 2001.

Consciente du rôle important du secteur privé dans l'instauration d'un secteur du tourisme plus responsable, l'OMT fait campagne depuis 2011 pour l'Engagement du secteur privé envers le Code. En date de janvier 2016, 451 entreprises et associations de 64 pays, qu'il s'agisse de compagnies aériennes, d'hôtels, de voyagistes ou d'associations, ont signé l'Engagement, manifestant ainsi leur attachement à défendre des principes éthiques et à appliquer les dispositions du Code dans le cadre de leur activité.

Informations supplémentaires :

Télécharger le Code mondial d'éthique établi par l'OMT

Photos

Contacts : Responsable médias à l'OMT : Rut Gómez Sobrino

Tél. : (+34) 91 567 81 60

Programme de communications et de publications de l'OMT Tél. : (+34) 91 567 8100 / Télécopie : +34 91 567 8218

Pourquoi le tourisme?

http://www2.unwto.org/fr/content/pourquoi-le-tourisme

Le tourisme, phénomène économique et social

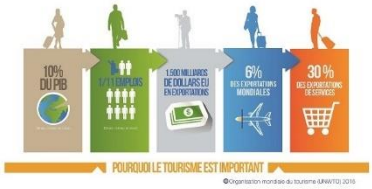
Au fil des décennies, le tourisme a connu un essor continu et s'est diversifié de plus en plus, au point de devenir un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide du monde. Le tourisme moderne est étroitement lié au développement et il englobe un nombre grandissant de nouvelles destinations. Cette dynamique en fait un moteur essentiel du progrès socioéconomique.

Aujourd'hui, le volume d'affaires du secteur touristique égale, voire dépasse celui des industries pétrolière, agroalimentaire ou automobile. Le tourisme est désormais un des grands acteurs du commerce international et, en même temps, il constitue une des principales sources de revenus de beaucoup de pays en développement. Cette croissance va de pair avec l'accentuation de la diversification et de la concurrence entre les destinations.

L'expansion générale du tourisme dans les pays industrialisés et développés présente des avantages économiques et crée des emplois dans de nombreux secteurs qui y sont liés, de l'agriculture aux télécommunications en passant par le bâtiment.

La contribution du tourisme au bien-être économique dépend de la qualité et des recettes de l'offre touristique. L'OMT offre son assistance aux destinations pour qu'elles se positionnent de façon durable sur les marchés national et international qui ne cessent de se complexifier. En sa qualité d'institution des Nations Unies se consacrant au tourisme, elle souligne que ce sont surtout les pays en développement qui devraient bénéficier du tourisme durable et elle intervient pour les aider à traduire cette possibilité dans la réalité.

http://media.readspeaker.com/cache/c2a9bb06ff4ed89c1a8535820ed5656f.mp3



Évolution actuelle et prévisions

- Les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 4,3% en 2014 pour atteindre les 1,133 milliard;
- Le tourisme international en 2014 a généré des recettes d'exportation de 1.500 milliards de dollars É.-U.

- L'OMT prévoit une croissance des arrivées de touristes internationaux comprise entre 3% et 4% en 2015.

Les Faits Saillants OMT du tourisme présentent un bref aperçu du tourisme international dans le monde basé sur les résultats de l'année 2014. Le livret comprend :

- Les tendances clés du tourisme international en 2014

- Les résultats par (sous)région et pays de destination

- Le ranking des principales destinations au monde

- Le tourisme émetteur par région et les plus grands pays dépensiers

- Les prévisions à long terme : Tourisme à l'horizon 2030

Téléchargez votre propre exemplaire ici.

Pour de plus amples informations consulter le site http://www.mkt.unwto.org

Selon l'OMT, 2016 sera une année positive pour le tourisme grec

PR No.: 16023
17 Mar 16
Le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, a exprimé la confiance de l'Organisation en une croissance continue du secteur du tourisme en Grèce. En 2015, le nombre d'arrivées de touristes internationaux en Grèce a augmenté de 7% pour atteindre 23,6 millions, tandis que les exportations générées par le secteur ont progressé de 6% jusqu'à 14,2 milliards d'euros.

Lors d'une réunion qui a eu lieu en marge de l'ITB avec Elena Kountoura, la Ministre grecque du tourisme, pour évoquer la situation et les perspectives du tourisme en Europe et en Grèce, M. Rifai a affirmé : « Il ne fait aucun doute pour nous que la Grèce conservera dans le monde entier une image forte de grande destination touristique et que le pays consolidera sa croissance en 2016 comme le laissent présager les tendances observées au niveau des réservations ».

Mme Kountoura a quant à elle signalé : « Les réservations dans les îles de la mer Égée montrent déjà une tendance positive et cette région est prête à accueillir un nombre croissant de touristes au cours de cette saison » avant de préciser que la diversification de l'offre touristique, le développement de nouvelles destinations et le lancement d'installations d'hébergement et de prestations de haut niveau figuraient au nombre des mesures prises par le gouvernement grec pour renforcer le tourisme.

« Dans nos rencontres avec de grands voyagistes présents à l'ITB, le marché allemand du tourisme nous a transmis des commentaires très positifs confirmant une demande croissante de réservations pour la Grèce » a ajouté Mme Kountoura.

Cette nouvelle tombe à point nommé pour la Grèce qui poursuit la mise en œuvre de sa nouvelle politique touristique lancée en 2015 pour muscler le tourisme international.

Contact :

UNWTO Senior Media Officer: Ruth Gomez

Tel: (+34) 91 567 81 60

UNWTO Communications & Publications Programme

L'OMT et l'Égypte débattent des mesures de reprise à l'ITB

PR No.: 16022
16 Mar 16
Le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, a rencontré en marge de l'ITB le Ministre égyptien du tourisme, Hisham Zaazou, pour parler des mesures mises en œuvre par le pays pour stimuler la reprise – Berlin (Allemagne), 9 mars 2016.

Cette réunion faisait suite à la visite officielle réalisée par M. Rifai en Égypte le mois dernier au cours de laquelle il avait rencontré le Président Abdel Fattah elSisi ainsi que le Premier Ministre Sherif Ismail pour s'entretenir de la situation du tourisme dans le pays et des plans de redressement en place.

Au cours de sa réunion avec le Ministre Zaazou à Berlin, le Secrétaire général de l'OMT a salué les mesures adoptées par l'Égypte pour regagner la confiance des marchés et exprimé le plein soutien de l'Organisation à ce programme.

« Le travail réalisé par le ministère et par le Ministre Zaazou pour assurer au secteur un soutien politique au plus haut niveau, renforcer la sûreté et la sécurité du tourisme et intégrer efficacement le secteur aux structures de gestion des risques et des situations d'urgence, à l'échelon national comme à l'échelon local, ainsi que les initiatives de marketing lancées sur les marchés essentiels, constituent une bonne façon de restaurer la confiance et d'accélérer la reprise du tourisme en Égypte » a affirmé M. Rifai.

« N'oublions jamais que l'Égypte offre l'un des plus beaux exemples de réussite touristique au monde. Au cours des dix dernières années, le nombre de visiteurs se rendant en Égypte a pratiquement triplé, de même que les exportations générées par le tourisme international. Avec un quart de l'ensemble des arrivées touristiques internationales au Moyen-Orient, l'Égypte est

une destination touristique de premier plan et le restera, malgré tous les défis » a remarqué M. Rifai.

M. Rifai et le Ministre Zaazou ont également débattu des actions rapidement entreprises par le ministère en matière de communication sur les questions de sûreté et de sécurité auprès des autorités compétentes et de l'opinion publique des marchés émetteurs pour s'assurer le soutien des compagnies aériennes et des voyagistes et pour stimuler la demande tout en ralliant les principales parties prenantes en Égypte à cet effort concerté. Des experts de l'OMT se sont rendus en Égypte ces derniers mois pour soutenir le ministère dans ces domaines.

La réunion a également été mise à profit pour parler du prochain Sommet de l'OMT sur le tourisme urbain qui aura lieu au Caire en 2016.

« Pour bien marquer la confiance que nous avons en l'Égypte, ce grand événement se tiendra au Caire et nous sommes sûrs qu'il permettra de mettre en valeur tous les progrès réalisés et les initiatives lancées par l'Égypte pour accélérer la reprise » a ajouté M. Rifai.

Le secteur privé se mobilise contre l'exploitation des enfants dans le tourisme

PR No.: 16021
15 Mar 16
Le rôle et les initiatives du secteur privé pour combattre l'exploitation des enfants dans le tourisme ont été au cœur des discussions du Réseau mondial sur la protection des enfants dans le tourisme, qui tenait sa trente et unième réunion à l'occasion du salon ITB de Berlin. Le travail de sensibilisation, la formation du personnel et la mise en place de mesures tout le long de la chaîne de valeur du tourisme ont été cités comme autant de facteurs critiques.

« Nous devons faire front commun contre l'exploitation des enfants ; à cet égard, l'engagement du secteur privé est essentiel » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, lors de l'ouverture de la réunion.

La Présidente du Réseau, Carol Bellamy, a rappelé que le Réseau sert de plateforme pour l'échange de travaux de recherche et de bonnes pratiques en ce qui concerne la lutte contre l'exploitation des enfants dans le tourisme.

Lors de la réunion, la Présidente du Groupe mondial de haut niveau pour en finir avec l'exploitation sexuelle des enfants dans le cadre des voyages et du tourisme, Najat Maalla M'jid, a présenté les premiers résultats de l'étude mondiale réalisée par le Groupe. Cas non signalés, législation insuffisante et anonymat de l'internet ont été cités comme étant parmi les principaux défis à relever pour protéger les enfants contre l'exploitation sexuelle dans le secteur. Le rapport a aussi pour finalité de pallier le manque chronique d'éléments probants et de données comparables sur ce problème.

L'Association des agents de voyages britanniques (ABTA) a souligné l'importance de former le personnel pour qu'il sache repérer les situations « à risque » d'exploitation d'enfants et de prendre en considération les nouvelles tendances ayant fait leur apparition dans le secteur, comme le « volontourisme ». Pour sa part, TUI Group a présenté sa campagne « A collective NO to sexual exploitation of children in holiday destinations » (Ensemble, disons NON à l'exploitation sexuelle des enfants sur les lieux de vacances), laquelle vise à prévenir et à combattre l'exploitation des enfants à chacun des maillons de la chaîne de valeur du tourisme, notamment par des actions de formation et de sensibilisation dans les communautés réceptrices.

Les autres initiatives présentées ont été le projet du Network of Strategic and International Studies (Réseau d'études stratégies et internationales) passant en revue les meilleures pratiques du monde entier et une initiative d'Airline Ambassadors International de formation des personnels des compagnies aériennes pour lutter contre la traite des êtres humains.

Le Réseau mondial sur la protection des enfants dans le tourisme est un réseau animé par l'OMT à composition non limitée et multipartite rassemblant toute une gamme d'acteurs du tourisme : pouvoirs publics, organisations internationales, organisations non gouvernementales (ONG), groupements de professionnels du tourisme et associations de médias. Sa mission : la prévention de toutes les formes d'exploitation des enfants dans le secteur du tourisme (exploitation sexuelle, travail des enfants et trafic d'enfants). Les réunions du Réseau, organisées à un rythme annuel lors de salons de voyages et de tourisme parmi les plus prestigieux au monde, sont l'occasion d'échanger données d'expérience et pratiques optimales, de présenter du matériel de sensibilisation et des outils de renforcement des capacités ainsi que de promouvoir l'adoption de codes professionnels de conduite et autres pratiques responsables cadrant avec le Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT.

Liens utiles :

Le Programme d'éthique et de responsabilité sociale de l'OMT Ce que l'on peut faire

contre l'exploitation des enfants dans le tourisme

Les partenariats public-privé, clé du succès pour le tourisme le long de la Route de la soie

Location:
Madrid
PR No.: 16020
14 Mar 16
La sixième édition de la réunion des ministres de la Route de la soie qui s'est tenue au salon ITB de Berlin le 9 mars 2016 a fait une large place au rôle des partenariats public-privé dans le développement du tourisme le long de la Route de la soie. Les participants ont analysé la contribution que pouvaient apporter les partenariats public-privé dans le domaine des infrastructures, du développement des produits et du marketing.

Dans son intervention, le Secrétaire général de l'OMT a déclaré que « les gouvernements doivent fixer le cap des politiques de tourisme et les piloter, mais les acteurs privés sont le moteur du développement du tourisme ; aussi ne sauraient-ils travailler les uns sans les autres ».

Le Président-directeur général du Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC), David Scowsill, a insisté sur le rôle des partenariats public-privé et rappelé la nécessité de créer des « mécanismes pour favoriser les consultations avec le secteur privé dans le cadre de la prise de décision et de l'activité législative ».

Des ministres et de hauts responsables de Bulgarie, du Bangladesh, du Kirghizistan, de République tchèque, du Cambodge et d'Iran ont présenté leurs points de vue et leurs expériences dans ce domaine. Le Kazakhstan a, pour sa part, exposé les possibilités qu'offrait la tenue prochaine de l'Expo 2017 à Astana pour promouvoir la Route de la soie. Les autres grands rendez-vous internationaux cités comme étant importants pour nouer des partenariats entre acteurs publics et privés ont été la Conférence de la Route de la soie : tourisme nomade et villes durables [Oulan-Bator (Mongolie), 13-15 octobre 2016] et le Forum mondial sur l'économie du tourisme 2016 [Macao (Chine), 14-16 octobre 2016].

Lors de la réunion, l'OMT a lancé le Plan d'action pour la Route de la soie 20162017. Ce plan prévoit des interventions prioritaires dans les domaines suivants : 1) marketing et promotion, 2) renforcement des capacités, et 3) facilitation des voyages. Ces points seront débattus plus avant lors de la sixième réunion de l'Équipe spéciale de l'OMT sur la Route de la soie à Ourmia (Iran), du 22 au 25 avril 2016.

Le Membre affilié de l'OMT TripAdvisor a présenté l'étude TripAdvisor 2016 Travel Trends for the Silk Road. Fondée sur une enquête auprès de 10 678 voyageurs, cette étude montre que 8 voyageurs sur 10 ont entendu parler de la Route de la soie et que les 10 principaux pays associés à la Route de la soie sont la Chine, la Mongolie, le Kazakhstan, l'Ouzbékistan, l'Iran, la Turquie, le Turkménistan, le Kirghizistan, le Tadjikistan et l'Azerbaïdjan. Ces travaux de recherche réalisés en collaboration avec l'OMT font aussi apparaître que la probabilité pour les voyageurs d'aller visiter la Route de la soie serait de 41 % plus élevée s'il existait un visa unique pour la Route de la soie.

Le programme de l'OMT de la Route de la soie est une initiative fondée sur la collaboration visant à renforcer le développement du tourisme durable le long des itinéraires historiques de la Route de la soie. Ce programme a pour but d'assurer aux communautés locales de la Route de la soie le maximum de retombées du développement du tourisme tout en stimulant les investissements et en encourageant la conservation du patrimoine naturel et culturel de la Route. Il s'attache en outre à favoriser une coopération accrue entre les pays et les régions de la Route de la soie, avec l'objectif affiché de permettre des expériences de voyage fluides et inoubliables le long de la Route de la soie.

Le programme de la Route de la soie réunit actuellement 33 États membres de l'OMT, des entités des Nations Unies comme l'UNESCO et la CNUCED ainsi qu'un vaste réseau d'acteurs du secteur privé.

Liens utiles:

Photo de la Réunion des ministres de la Route de la Soie

La 6ième édition de la réunion des ministres de la Route de la soie

Contact:

UNWTO Media Officer: Rut Gómez Sobrino

Tel: (+34) 91 567 81 60

Sûreté et fluidité des voyages, technologies et durabilité sont les priorités pour le tourisme

PR No.: 16019
09 Mar 16
Assurer des voyages sûrs et fluides, étendre les possibilités offertes par les technologies et accélérer le passage à un tourisme plus durable sont les priorités pour le secteur, telles que les a exposées le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, lors de l'inauguration de la cinquantième édition du salon ITB de Berlin [Berlin (Allemagne), le 8 mars 2016].

Sur la question du tourisme et de la sécurité, M. Rifai a déclaré : « Les défis mondiaux exigent des solutions mondiales et le développement du tourisme dépend dans une large mesure de notre capacité collective à promouvoir la sûreté, la sécurité et la fluidité des voyages. Nous devons coopérer, pas nous isoler. »

M. Rifai a préconisé d'intégrer pleinement le tourisme dans les lignes d'action établies à l'échelon national et international en matière de sécurité. Il a également signalé que « les défis de sécurité qui se posent aujourd'hui ne doivent pas nous conduire à ériger de nouveaux murs » et que « renforcer la sécurité et permettre une plus grande fluidité des voyages devraient toujours aller de pair ».

Au sujet des technologies et de l'innovation, le Secrétaire général de l'OMT a déclaré : « Nous devons comprendre plus précisément l'impact des technologies sur notre secteur et maximiser les nouvelles perspectives qu'elles ouvrent afin d'accroître la compétitivité des destinations, de rendre les voyages plus sûrs et plus faciles et de mieux gérer nos ressources naturelles. »

M. Rifai a invité le secteur du tourisme à souscrire au programme d'action en matière de durabilité, en indiquant que le moment était venu de « redoubler d'efforts pour encourager les politiques et les stratégies commerciales garantissant la contribution du secteur du tourisme aux objectifs de développement durable », avant d'ajouter :

« L'atténuation des changements climatiques, la gestion rationnelle des ressources, la réduction de la pauvreté et la croissance inclusive doivent être au cœur du développement du tourisme. Nous devons expliquer clairement que croissance économique et durabilité n'entrent pas en contradiction. »

Il ne sera possible de faire avancer ces priorités que par une plus grande coopération internationale et des politiques nationales de tourisme transversales. Pour M. Rifai, « La capacité qu'a le tourisme de soutenir efficacement les piliers économique, social et environnemental dans de nombreux pays fait que le secteur doit jouer un plus grand rôle dans le développement national, particulièrement aux plus hauts niveaux de la prise de décision politique ».

M. Rifai a aussi rappelé que malgré une reprise économique lente et inégale à l'échelle mondiale et l'augmentation des défis géopolitiques, des alarmes sanitaires et des problèmes de sécurité, l'année 2015 aura été une nouvelle année record pour le tourisme international.

Les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 4,4 % pour atteindre 1,2 milliard (1 184 millions), ce qui signifie que, par rapport à 2014, 50 millions de touristes supplémentaires ont voyagé à travers le monde en 2015.

« Pour l'avenir, l'OMT compte que, malgré les plus fortes marges d'incertitude et une instabilité accrue, 2016 sera une nouvelle année de croissance pour notre secteur, dans des proportions estimées à 4 % » a expliqué M. Rifai.

Liens utiles:

Discours du Secretaire General de la OMT lors de l'inauguration du salon ITB de Berlin

Sport et aventure, créneaux porteurs pour le tourisme de neige et de montagne

PR No.: 16018
07 Mar 16
Des professionnels du tourisme de neige et de montagne ont débattu des possibilités de développement de ce segment l'espace de deux journées sur le thème « Mountainlikers – Sport et aventure, une combinaison riche de promesses pour les destinations de montagne ». La neuvième édition du Congrès sur le tourisme de neige et de montagne qui s'est tenue en Andorre était organisée par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et le Gouvernement de la Principauté d'Andorre, en collaboration avec la Comú de Sant Julià de Lòria.

Ainsi que l'a souligné le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, « le tourisme de neige et de montagne s'est imposé comme un segment de pointe et ouvre de nombreuses perspectives pour les destinations, ce qui traduit bien l'importance de diversifier l'offre ».

« Notre conception du tourisme, plus large, s'étend à la cohésion sociale. En hiver, notre population augmente et la société andorrane s'ouvre à d'autres cultures et au reste du monde » a fait observer Antoni Marti, le chef du Gouvernement andorran.

La durabilité, les technologies, le rôle des événements et la promotion ont été les principaux thèmes abordés pendant le Congrès. Lors de la première journée, le débat a été axé sur les bonnes pratiques telles que l'utilisation des manifestations sportives comme outil de promotion. À cet égard, le Ministre du tourisme et du commerce de la Principauté d'Andorre, Francesc Camp, a annoncé la création d'un centre de performance en altitude destiné aux sportifs de haut niveau.

Le Congrès a également examiné les outils de marketing offerts par les nouvelles technologies. Les itinéraires de randonnée en 3D, les lunettes de ski intelligentes, les applications pour Android et iPhone de planification d'excursions ou encore les prises de vue par des drones ont été quelques-unes des techniques explorées. La plateforme Wikiloc, qui permet de trouver des itinéraires et des activités de plein air grâce à la localisation par GPS, a été l'une des expériences présentées ayant tout particulièrement retenu l'attention de l'auditoire.

Les débats ont également porté sur le rôle du tourisme dans le Programme de développement durable à l'horizon 2030.

Le maire de Sant Juliá de Loria, Josep Miquel Vila Bastida, a déclaré à ce sujet que « l'un des objectifs est la durabilité des territoires de montagne à travers le sport et l'aventure, avec trois équilibres à trouver : profiter du milieu tout en le préservant ; investir en espérant un rendement ; risque et sécurité des expériences de sensations fortes et de loisir ».

La deuxième journée du Congrès a réservé une place particulière au « Partenariat de la montagne », présenté par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO).

Les conclusions du Congrès ont mis en avant le caractère prioritaire du lien entre tourisme et sport. De même, elles soulignent combien la composante immatérielle, c'est-à-dire l'expérience de voyage, est importante pour le touriste.

En ce qui concerne la diversification des destinations de montagne, le tourisme thermal est apparu comme l'un des segments les plus porteurs compte tenu de ses liens avec l'univers du sport et du bien-être.

S'agissant des groupes cibles et marchés de niche à explorer, les conclusions du Congrès soulignent l'importance des jeunes pour le tourisme sportif et citent des idées de marketing, comme le recours à des sportifs, pour attirer ce public.

Pour en savoir plus :

- Page internet du neuvième Congrès sur le tourisme de neige et de montagne

- Rapport mondial sur le tourisme d'aventure

L'OMT et la Chine organisent la première Conférence mondiale sur le tourisme pour le développement

PR No.: 16017
01 Mar 16
L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et le Gouvernement de la République populaire de Chine organiseront la première Conférence mondiale sur le tourisme pour le développement à Beijing du 18 au 21 mai 2016. La Conférence, qui aura pour thème « Le tourisme au service de la paix et du développement », vise à amorcer une réflexion de haut niveau sur la contribution du tourisme aux objectifs de développement durable ».

Au programme de la Conférence, le débat de haut niveau sur « Le développement durable par le tourisme » permettra d'analyser comment accroître la contribution du tourisme aux 17 objectifs de développement durable, notamment la capacité du secteur à créer des emplois, promouvoir la culture locale et être un vecteur de changement vers des modes de consommation et de production plus durables.

Animé par le présentateur et correspondant de CNN Richard Quest, le débat de haut niveau examinera comment les pays peuvent aligner leurs stratégies nationales de développement sur les objectifs de développement durable ainsi que le rôle des partenariats public-privé dans le Programme de développement durable à l'horizon 2030.

« Le tourisme, secteur économique parmi les plus dynamiques et d'une ampleur considérable à l'échelle mondiale, peut apporter une contribution importante à la réalisation des objectifs de développement durable, particulièrement dans les domaines de la création d'emplois, des modes de consommation et de production durables et de la préservation des ressources naturelles, comme indiqué dans les objectifs de développement durable 8, 12 et 14 » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

La Conférence sera complétée par deux séances de haut niveau :

- « Le tourisme au service de la réduction de la pauvreté », pour étudier les possibilités de coopération entre les pouvoirs publics, la communauté internationale, le secteur privé et les milieux universitaires afin d'accroître la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté et voir comment mieux intégrer les groupes marginalisés et défavorisés, en particulier les jeunes et les femmes, à la chaîne de valeur du tourisme dans le monde ;

- « Le tourisme au service de la paix », pour axer les échanges sur les liens entre le tourisme et les composantes qui forment l'ossature de la paix : justice sociale, droits de l'homme, équité économique, développement durable, démocratie et non-violence. Cette séance étudiera également comment faire pour que le secteur soit plus tourné vers la paix et déterminera les

possibilités et la voie à suivre pour que le tourisme joue un rôle utile dans la consolidation de la paix.

Le tourisme rural pour combattre la pauvreté en Chine

La tenue en Chine de la première Conférence mondiale sur le tourisme pour le développement fait suite à la décision prise par l'Administration nationale chinoise du tourisme (CNTA) et le Bureau du Groupe pilote chargé de la réduction de la pauvreté et du développement du Conseil des affaires de l'État chinois de promouvoir le tourisme rural comme instrument efficace de lutte contre la pauvreté.

Ce sont les effets positifs du tourisme qui ont motivé la décision des autorités chinoises de lancer le treizième Plan quinquennal, lequel est un plan de développement du tourisme à l'échelle de toute la Chine visant à extraire de la pauvreté, d'ici 2020, 17 % des populations démunies du pays. D'après ce plan, la CNTA et le Bureau du Groupe pilote chargé de la réduction de la pauvreté et du développement du Conseil des affaires de l'État chinois comptent qu'à l'horizon 2020, trois millions d'entreprises de tourisme rural recevront deux milliards de visiteurs annuels, faisant sortir de la pauvreté deux millions d'habitants des zones rurales chinoises chaque année. Les recettes totales ainsi obtenues s'élèveraient, selon les estimations, à plus de mille milliards de yuan (RMB), au profit de 50 millions d'habitants des zones rurales.

Liens utiles :

Page internet de la première Conférence mondiale sur le tourisme pour le développement

L'OMT confiante quant à la reprise du tourisme en Égypte

PR No.: 16015
29 Feb 16
Lors de la visite qu'il a effectuée récemment en Égypte, le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, a indiqué que l'Organisation avait toute confiance en ce qui concerne la reprise du tourisme dans ce pays. En cette occasion, M. Rifai a rencontré le Président égyptien, Abdel Fattah Al Sisi, en présence du Ministre égyptien du tourisme, Hicham Zaazou. Le Président a réitéré son plein soutien au secteur du tourisme ainsi que sa détermination la plus absolue à veiller à ce que l'Égypte soit une destination touristique sûre, attrayante et de tout premier plan, affirmant que « le redressement du tourisme, c'est le redressement de l'Égypte »

Lors d'un entretien avec le Premier Ministre, Chérif Ismaïl Mohamed, le Secrétaire général de l'OMT, a évoqué les mesures pour accélérer la reprise du tourisme en Égypte et salué le soutien apporté au secteur. Tous deux se sont félicités des démarches engagées par l'Égypte pour assurer au secteur un soutien politique au plus haut niveau, regagner la confiance des marchés émetteurs,

renforcer la sûreté et la sécurité du tourisme et intégrer efficacement le secteur aux structures de gestion des risques et des situations d'urgence, à l'échelon national comme à l'échelon local.

« L'Égypte a pris des initiatives résolues en matière de communication sur les questions de sûreté et de sécurité auprès des autorités compétentes et de l'opinion publique des marchés émetteurs : elle s'est assurée le soutien des compagnies aériennes et des voyagistes et a su stimuler la demande, tout en ralliant les principales parties prenantes en Égypte à cet effort concerté. Je suis persuadé que ces interventions porteront leurs fruits, en rétablissant la confiance et en accélérant la reprise du tourisme à destination de l'Égypte » a affirmé M. Rifai.

M. Rifai a aussi rencontré le Ministre des affaires étrangères, Sameh Hassan Choukri, afin d'évoquer la coopération entre le ministère du tourisme, celui des affaires étrangères et l'OMT, y compris la présidence égyptienne du Conseil exécutif de l'OMT et le prochain Sommet de l'OMT sur le tourisme urbain, accueilli par l'Égypte plus tard cette année.

L'avenir du tourisme en Égypte

Alors qu'il ouvrait la Conférence 2016 sur le tourisme en Égypte intitulée « Plans de croissance », M. Rifai a rappelé qu'il existe une forte demande comprimée de tourisme à destination de l'Égypte dans les marchés émetteurs, que ce soit à l'intérieur ou en dehors de la région.

« N'oublions jamais que l'Égypte offre l'un des plus beaux exemples de réussite touristique au monde. Au cours des dix dernières années, le nombre de visiteurs se rendant en Égypte a pratiquement triplé, de même que les exportations générées par le tourisme international. L'Égypte est une destination touristique de premier plan et le restera, malgré tous les défis. »

En Égypte, le tourisme apporte une contribution cruciale en termes de PIB, d'emploi, de recettes en devises et d'investissement. M. Rifai a encouragé la communauté internationale à soutenir le tourisme en Égypte, lorsqu'il a déclaré que « soutenir le redressement du tourisme en Égypte, c'est soutenir l'avenir de l'Égypte et de sa population ; soutenir le tourisme en Égypte, c'est promouvoir la paix et la stabilité ».

Liens utiles :

Photos de la visite

L'Andorre accueillera le neuvième Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne

PR No.: 16014
17 Feb 16
Débattre des possibilités et des défis associés au tourisme de neige et de montagne, analyser les nouveaux modèles d'activité économique et examiner la nécessité, pour développer le tourisme de montagne, d'adopter des pratiques innovantes et durables : tels sont les objectifs principaux du

Congrès mondial, dont c'est la neuvième édition cette année. Organisé par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et le Gouvernement andorran, il aura lieu à Sant Juliá de Loria (Andorre), du 2 au 4 mars prochains. La présentation du Congrès s'est déroulée aujourd'hui au siège de l'OMT, à Madrid.

L'ampleur prise par le tourisme de neige et de montagne est à l'origine de la tenue de ce congrès ; l'OMT et la Principauté d'Andorre en ont fait, il y a maintenant près de vingt ans, un instrument de travail commun.

« Le tourisme de neige et de montagne apporte de la valeur ajoutée aux destinations et ouvre des perspectives de développement pour les communautés locales. Pour autant, il faut aussi rappeler le fort degré d'exigence associé à la gestion durable des ressources, car les activités que recouvre ce segment sont des activités en prise directe avec la nature » a souligné le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, lors de la présentation au siège de l'Organisation, à Madrid.

Le Ministre du tourisme et du commerce de la Principauté d'Andorre, Francesc Camp, a insisté pour sa part sur le fait que « le tourisme d'aventure compte parmi les segments les plus dynamiques : c'est un ressort important et un élément clé de la croissance. Il offre, en outre, de nombreuses possibilités de développement pour les destinations désireuses de stimuler une croissance qui s'inscrive dans la durée. L'activité physique, le milieu naturel et l'immersion culturelle en sont, à la fois, les principaux ingrédients et les grands axes sur lesquels misent les destinations touristiques pour proposer des expériences marquantes qui soient authentiques et fortes en émotion. »

Cette nouvelle édition ayant pour titre « Mountainlikers – Sport et aventure, une combinaison riche de promesses pour les destinations de montagne » sera l'occasion de confronter les expériences des secteurs public et privé et d'étudier des exemples d'outils novateurs et indispensables pour les destinations de montagne.

Les interventions de plus de trente experts en provenance d'Europe, d'Amérique et d'Asie permettront de dégager les facteurs à prendre en compte dans le tourisme de montagne ainsi que les différentes possibilités d'en maximiser le développement. L'Andorre, comme destination touristique, offre un cadre idéal pour aborder tous ces thèmes, et plus précisément celui de la combinaison sportaventure.

C'est justement sur cet aspect que la rencontre, organisée en collaboration avec la Comú de Sant Julià de Lòria, mettra en relief la nécessité d'ouvrir le débat sur les nouvelles pistes à explorer pour le tourisme dans les destinations de montagne et le marketing touristique du tourisme de neige et de montagne.

La diversification du côté de segments comme le tourisme sportif et d'aventure est une autre thématique au programme de ces deux journées qui réuniront des experts internationaux en Andorre.

L'objectif poursuivi est celui de la désaisonnalisation dans les destinations traditionnellement associées à la neige, pour qu'elles continuent de développer leur potentiel touristique dans d'autres directions le reste de l'année.

Liens d'intérêts:

Photos de la conference de presse

Le site web de l'événement

Les ministres du tourisme débattent de la collaboration entre tourisme et sécurité

PR No.: 16012
25 Jan 16
Les ministres du tourisme et des responsables de haut niveau de 86 pays étaient réunis à Madrid pour évoquer la mise en place de dispositifs permettant de resserrer la collaboration entre les administrations chargées du tourisme et de la sécurité, de façon à offrir un cadre pour des voyages fluides et plus sûrs en toute sécurité (Madrid, le 22 janvier 2016).

Les défis de sécurité étant de nature mondiale, les participants ont souligné la nécessité d'y apporter des solutions mondiales et d'accroître le soutien collectif aux pays touchés.

Les participants ont préconisé d'intégrer le tourisme aux mécanismes d'urgence à l'échelon international et national et mis en avant le rôle de la coopération public-privé, d'une communication active et des partenariats avec les médias.

« Le rôle du tourisme reste sous-estimé ; souvent, l'intégration des voyages et du tourisme aux structures et aux procédures nationales en cas d'urgence n'est opérée qu'après la survenue d'un incident majeur. Nous sommes ici aujourd'hui pour débattre de l'impact de la sécurité sur notre secteur et de ce que l'on peut faire pour continuer de progresser en ce qui concerne la sûreté, la sécurité et la fluidité des voyages » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

« Ce n'est qu'ensemble que nous pouvons accroître la résilience du secteur du tourisme, réduire le risque de subir des dommages et des pertes, et accélérer la reprise. À terme, il s'agit d'assurer une croissance soutenue de notre secteur et de sa contribution à la croissance économique, à la création d'emplois et au développement » a-t-il ajouté.

« Cette réunion aborde une problématique critique pour nous aujourd'hui : comment mettre à profit et accroître les effets bénéfiques du tourisme tout en protégeant nos sociétés ? » a déclaré M. Yuri Fedotov, Directeur exécutif de l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime (ONUDC), lequel a également souligné la nécessité d'une coopération entre les secteurs public et privé : « Alors que les pays de destination sont sous pression pour garantir la sûreté et la sécurité des touristes, il est essentiel que les États récepteurs comme les États émetteurs coopèrent et

fassent le nécessaire pour assurer la sûreté des voyageurs, notamment par un renforcement des partenariats public-privé ».

Ignacio Ibañez, Secrétaire d'État espagnol aux affaires étrangères, a insisté sur le rôle du tourisme comme moteur de l'économie et outil de développement, mais également comme vecteur d'une meilleure entente entre les cultures, quand il a affirmé : « Le tourisme favorise la compréhension entre personnes de cultures différentes, de sorte qu'il contribue à la sécurité à l'échelle mondiale ».

En cette occasion, le Ministre du tourisme de la République d'El Salvador, Napoleón Duarte, a fait part d'une nouvelle initiative des ministres d'Amérique centrale et de la République dominicaine, appuyée par l'OMT et l'ONUDC, consistant à créer un groupe de travail régional sur le tourisme et la sécurité mobilisant acteurs du tourisme et forces de sécurité.

Le tourisme accessible : un droit et une opportunité commerciale

PR No.: 16013
25 Jan 16
Afin de mettre en avant les bonnes pratiques en matière d'accessibilité instituées par le secteur privé, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a organisé, en coopération avec la Fondation ONCE, une rencontre sur le tourisme accessible entendu comme choix commercial stratégique qui s'est déroulée dans le cadre de FITUR (Madrid, 22 janvier 2016).

La rencontre a été l'occasion de souligner la nécessité de mobiliser les entreprises pour soutenir les projets d'amélioration de l'accessibilité, mais a également mis en évidence les bénéfices que le secteur privé peut retirer d'un tel engagement, sachant que l'on dénombre 1 milliard de personnes handicapées dans le monde (près de 90 millions dans l'Union européenne). L'amélioration de l'accessibilité a aussi des effets positifs sur l'expérience touristique des personnes ayant des problèmes de mobilité, les personnes âgées et les familles.

Le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, qui inaugurait l'événement, a relevé que « le tourisme est un droit et l'accès doit en être garanti à tous les citoyens ; dans ce contexte, les entreprises ont un rôle fondamental pour faire progresser l'accessibilité, car on ne pourra avancer si les acteurs du tourisme ne créent pas d'infrastructures, de produits et de services adaptés ».

La majorité des interventions a porté sur l'intérêt commercial que présente l'accessibilité et sur l'élan que la diversification et l'authenticité peuvent imprimer à une destination. À cet égard, le Directeur général de la Fondation ONCE, José Luis Martínez Donoso, a fait observer que « l'accessibilité ne doit pas seulement être envisagée comme un droit, car elle permet aussi d'accroître la compétitivité, la qualité du service et les bénéfices des entreprises ou des destinations qui font ce choix ».

Ont également participé à la rencontre Óscar Olivier, Directeur commercial d'Accesible Madrid, David Miguel Pérez, Conseiller municipal chargé de la promotion du tourisme de la mairie d'Arona à Tenerife, Beatriz Celia Ruíz, Chargée de la responsabilité sociale à la Fédération espagnole des hôtels et restaurants (FEHR), Juan Jesús García Sánchez, Conseiller pour les relations avec le secteur du Groupe Amadeus, et Faustino Cuadrado, PDG de Mass Factory, qui ont mis en relief les progrès enregistrés en ce qui concerne l'engagement des entreprises et des institutions à prendre des mesures concrètes dans le domaine de l'accessibilité.

Ce rendez-vous consacré au tourisme accessible, choix commercial stratégique, est le fruit du travail conjoint de l'OMT et de la Fondation ONCE, lesquelles ont également collaboré aux fins de la mise au point d'une série de manuels passant en revue les stratégies et les bonnes pratiques en la matière.

L'action de l'OMT en faveur d'un secteur plus accessible à tous redoublera d'intensité lors de la prochaine Journée mondiale du tourisme. Fêtée tous les ans le 27 septembre, la Journée aura pour thème en 2016 « Le tourisme accessible à tous ». Cette célébration internationale sera une occasion exceptionnelle de sensibiliser le secteur du tourisme mondial à l'enjeu que représente l'accessibilité universelle et à ses nombreux avantages.

Pour de plus amples informations :

Télécharger les manuels sur le tourisme accessible

Programme de l'événement

Le tourisme d'achats, composante essentielle du marketing des destinations

PR No.: 16011
25 Jan 16
« C'est l'un des ressorts les plus utilisés de promotion des destinations » : telle fut la description donnée du tourisme d'achats lors de l'ouverture de la deuxième Conférence consacrée à ce segment, organisée par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) à l'occasion du salon du tourisme en Espagne (FITUR) (22 janvier 2016).

Le tourisme d'achats est « un facteur très important pour les voyageurs au moment de choisir et de préparer leur voyage » a souligné la Directrice du programme des Membres affiliés de l'OMT, Yolanda Perdomo.

L'événement a été l'occasion de présenter les derniers chiffres, tendances et stratégies en matière de tourisme d'achats et la façon dont ce segment est en train de transformer la promotion des destinations dans le monde entier. Jörn Gieschen, chercheur à l'Instituto de Empresa (IE) et au

MasterCard Observatory on Premium Markets and Prestige Products, a souligné pour sa part que « le tourisme d'achats est intimement lié au tourisme urbain, lequel représente 58 % du total ».

« Le tourisme d'achats se double d'une dimension supplémentaire, celle des expériences d'achat local ou dans de petits commerces. D'après nos recherches, celui-ci intéresse beaucoup plus les voyageurs que les grandes marques internationales » a-t-il ajouté. Concernant l'une des tendances évoquées, le 'bleisure' ou l'art de combiner affaires (business) et loisir (leisure), il a indiqué que « 58 % des voyageurs d'affaires prolongent leur voyage d'affaires d'un jour, voire d'un week-end ».

Maria José Pérez, de Madrid 7 Estrellas, initiative qui mobilise 300 marques, a fait observer que le shopping est une des motivations principales pour 80 % des touristes chinois venant à Madrid.

Eva Ruiz Cendon, Directrice marketing chez Mastercard, a indiqué que « même si 80 % des paiements dans le monde sont faits en espèces, les paiements électroniques et sur terminaux mobiles offrent d'excellentes perspectives pour les entreprises ». Elle a également présenté le programme Priceless Cities, mis au point par sa société, auquel participent des villes telles que Madrid et New York. Cette initiative vise à faciliter les activités de loisir dans des destinations particulières en coopération avec des marques et des boutiques.

L'une des interventions les plus attendues de cette deuxième Conférence sur le tourisme d'achats était celle de Michel Durrieu, Responsable du Pôle tourisme au Ministère français des affaires étrangères et du développement international. Celui-ci a présenté la problématique de la durabilité en la rattachant au tourisme d'achats et mentionné une innovation récente : le certificat numérique.

Évoquant la ville la plus visitée au monde, Paris, Michel Durrieu a ajouté que le shopping et la gastronomie sont des critères importants dans le choix d'une destination, qui méritent donc d'être pris en compte dans toute stratégie. La diversité, le prix et la qualité, les heures d'ouverture, l'orientation des clients dans les magasins, l'artisanat et la qualité des souvenirs ont été cités par le Responsable du Pôle français de tourisme comme autant d'éléments essentiels pour développer le tourisme d'achats.

Informations supplémentaires :

Rapport mondial de l'OMT sur le tourisme d'achats

Investour consolide son rôle de catalyseur du développement touristique africain

Location :
Madrid
PR No. : 16010

22 Jan 16

Promouvoir le développement durable en Afrique en facilitant les contacts et les possibilités d'affaires dans le secteur du tourisme africain : tel est l'objectif principal du Forum d'affaires et d'investissement touristique pour l'Afrique que l'Organisation mondiale du tourisme et Casa África organisaient dans le cadre de FITUR. Une vingtaine de ministres africains du tourisme ont participé à la septième édition de cette initiative, inaugurée par le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, le Directeur général de Casa África, Luis Padrón, et le Ministre espagnol de l'industrie, de l'énergie et du tourisme, José Manuel Soria.

Avec sept éditions au compteur et un nombre croissant de participants comme de projets, Investour est devenu le catalyseur du développement touristique africain en Espagne, et plus précisément à FITUR.

« Le continent africain offre d'innombrables possibilités dans de nombreux domaines, mais surtout dans le secteur du tourisme. En cette septième édition d'Investour, nous sommes fiers du chemin parcouru : avec plus de mille projets présentés ces dernières années et une affluence croissante, cet événement est maintenant une référence internationale » a souligné à cet égard le Secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), Taleb Rifai.

Le Forum d'affaires et d'investissement touristique pour l'Afrique, Investour, a bénéficié pour sa septième édition de la participation de plus de 400 professionnels du secteur lors de la séance du matin, consacrée à la discussion des grandes questions du moment pour le développement touristique africain telles que l'investissement, l'image de l'Afrique et la connectivité aérienne. La séance de l'après-midi était réservée aux rencontres interentreprises (B2B) de sociétés et de destinations africaines et espagnoles. Plus de 150 chefs d'entreprise ont participé à cette séance sous la forme de rendez-vous d'affaires individuels pour étudier leurs intérêts communs. Le Forum a pour finalité de permettre l'échange de données d'expérience et l'établissement de contacts et de servir d'incubateur de futurs projets d'investissement.

Pour le Ministre espagnol de l'industrie, de l'énergie et du tourisme, José Manuel Soria, qui participait à l'inauguration du Forum, Investour permet de mettre à la disposition des pays africains le savoir-faire du secteur en Espagne et de ses entreprises, pour les aider à mener à bien les projets africains de développement.

« Ce rendez-vous est un exemple à nul autre pareil de coopération entre entités aussi différentes que peuvent l'être Casa África et l'Organisation mondiale du tourisme, mais qui partagent des intérêts communs, à savoir faciliter l'échange de données d'expérience et favoriser les possibilités d'affaires et l'investissement sur le continent africain » a expliqué pour sa part le Directeur général de Casa África, Luis Padrón.

Investour a bénéficié de la présence de représentants de la Banque mondiale, d'entreprises privées telles que Hyatt Hotels & Resorts, Bench Events et Amahoro Tours, de compagnies aériennes comme Ethiopian Airlines et d'organismes tels que la Fédération espagnole d'agences de voyages.

Au programme de la séance du matin, il y avait également la présentation de la prochaine Commission de l'OMT pour l'Afrique qui se tiendra à Abidjan, en Côte d'Ivoire, du 19 au 21 avril.

À Investour, les ministres africains ont fait part de leur optimisme concernant le potentiel de croissance de leurs pays. On attend une augmentation du nombre de touristes sur le continent africain comprise entre 2 et 5 %. En 2030, d'après les prévisions, l'Afrique recevra 134 millions de touristes.

L'Organisation mondiale du tourisme (UNWTO), institution spécialisée des Nations Unies, est la principale organisation internationale jouant un rôle central et décisif dans la promotion du développement d'un tourisme durable, responsable et accessible à tous. Elle fait office de tribune mondiale pour les questions de politique touristique et constitue une source pratique de savoir-faire. Ses Membres comprennent 157 pays, six territoires, deux observateurs permanents et plus de 480 Membres affiliés. Suivez-nous sur Facebook, Twitter, Vimeo et Flickr.

Les initiatives de tourisme durable récompensées par les prix de l'OMT

PR No.: 16008
21 Jan 16
Le parc technologique d'Itaipu au Brésil, la promenade à la cime des arbres en Lituanie, le programme Sisterhood of Survivors du Népal et l'initiative Réinventer la gestion publique du tourisme en Indonésie ont été les lauréats de la douzième édition des prix de l'OMT récompensant l'excellence et l'innovation dans le tourisme. Les projets ont été sélectionnés parmi plus de cent candidatures en provenance de 30 pays [Madrid (Espagne), le 20 janvier 2016].

Les prix récompensant l'innovation dans chacune des quatre catégories – Politiques publiques et gouvernance, Entreprises, ONG, Recherche et technologies – ont été annoncés lors de la Cérémonie de remise des prix de l'OMT au salon espagnol du tourisme FITUR.

« Les prix de l'OMT permettent de rendre hommage à tous ceux qui, par leur travail quotidien, œuvrent dans l'intérêt des communautés réceptrices en soutenant les moyens de subsistance des populations locales et en préservant notre environnement et notre culture pour les générations futures. Chacun des 16 finalistes est un exemple pour nous tous de la façon dont les principes du Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT et les buts poursuivis par les objectifs de développement durable peuvent être une source d'inspiration pour un tourisme durable » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, dans son allocution d'ouverture de la Cérémonie.

Les gagnants des prix Ulysse de l'OMT récompensant l'innovation dans chacune des quatre catégories ont été :

Prix de l'OMT récompensant l'innovation dans le domaine des politiques publiques et de la gouvernance

Lauréat :

Réinventer la gestion publique du tourisme, Pemkab Banyuwangi
(Indonésie)

Premier dauphin :

Plateforme de tourisme d'Afrique de l'Est (Kenya)

Deuxième dauphin :

Programme de certification verte, Société de tourisme de Porto Rico (Porto Rico)

Pour un tourisme responsable et non délictueux à Medellín, Municipalité de Medellín (Colombie)

Prix de l'OMT récompensant l'innovation dans les entreprises

Lauréat :

Promenade à la cime des arbres, Direction du Parc régional Anykščiai
(Lituanie)

Premier dauphin :

Pour des plages propres à Bali, Garuda Indonesia (Indonésie)

Première excursion au monde en autocar 100 % électrique, Switzerland Explorer Tours (Suisse)

Deuxième dauphin :

Projet Plénitude, Projeto Fartura (Brésil)

Projet Première expérience professionnelle, Meliá Hotels International (Espagne)

Prix de l'OMT récompensant l'innovation dans les organisations non gouvernementales

Lauréat :

Programme Sisterhood of Survivors, Samrakshak Samuha Nepal (Sasane) (Népal)

Premier dauphin :

Régénération des récifs coralliens, Yayasan Karang Lestari (Indonésie)

Deuxième dauphin :

The Child safe Movement, Friends-International (Cambodge)

Children in the Wilderness (Afrique du Sud)

Prix de l'OMT récompensant l'innovation dans la recherche et les technologies

Lauréat :

Complexe touristique d'Itaipu, Fundação Parque Tecnológico (Brésil)

Premier dauphin :

Application pour terminaux mobiles de randonnées à vélo à Rijeka, Bureau de tourisme de Rijeka (Croatie)

Plateforme coréenne en ligne de tourisme médical, Organisation coréenne de tourisme (République de Corée)

En cette occasion, l'Organisation a également décerné le prix de l'OMT récompensant l'œuvre de toute une vie au fondateur de l'Organisation internationale du tourisme social (OITS), M. Arthur Haulot, à titre posthume, pour son action en faveur du tourisme social et du droit universel au tourisme. Quant au prix Ulysse de l'OMT récompensant l'excellence dans la création et la diffusion de savoir dans le tourisme, il a été attribué au Dr Richard Butler, auteur d'une théorie sur le tourisme qui a fait date : le Cycle de vie des espaces touristiques (TALC).

La douzième édition de la Cérémonie de remise des prix de l'OMT et dîner de gala était organisée par l'OMT et FITUR avec le soutien des autorités de Macao (Chine), du Bureau de tourisme de Galice (Espagne), PortAventura, Amadeus, Hilton Worldwide, Etihad Airways, MAPFRE Asistencia et du Gouvernement de la République du Paraguay, ainsi que de l'agence de presse EFE et de l'organe de presse professionnelle HOSTELTUR (Espagne), partenaires médias de l'événement.

Les prix de l'OMT récompensant l'excellence et l'innovation dans le tourisme, prix « phare » du secteur du tourisme mondial, sont une reconnaissance accordée à la création et à la diffusion de connaissances et aux solutions innovantes. La Cérémonie annuelle de remise des prix se déroule dans le cadre du salon international du tourisme de Madrid (FITUR), en Espagne.

Record d'arrivées de touristes internationaux en 2015, à 1,2 milliard, en hausse de 4 %

Location:
Madrid

PR No.: PR 16008
18 Jan 16
Les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 4,4 % en 2015 pour atteindre un total de 1 milliard 181 millions d'arrivées, d'après le dernier Baromètre OMT du tourisme mondial. Par rapport à 2014, les touristes (visiteurs qui passent la nuit) ont été environ 50 millions de plus à se rendre dans des destinations internationales à travers le monde l'an dernier.

2015 est la sixième année consécutive de croissance supérieure à la moyenne : les arrivées internationales ont augmenté tous les ans de 4 %, ou plus, depuis 2010, année qui a suivi la crise.

« Le tourisme international a atteint de nouveaux sommets en 2015. La performance solide du secteur contribue à la croissance économique et à la création d'emplois dans de nombreuses régions du monde. Il est donc d'une importance critique que les pays favorisent les politiques soutenant la poursuite de la croissance du tourisme, notamment la facilitation des voyages, le développement des ressources humaines et la durabilité » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

La demande a été forte globalement, mais l'on a observé des résultats contrastés dans les destinations prises individuellement en raison de fluctuations d'une ampleur inhabituelle des taux de change, de la chute des cours du pétrole et d'autres produits de base qui a fait augmenter le revenu disponible dans les pays importateurs mais baisser la demande dans les pays exportateurs, et des préoccupations plus vives concernant la sûreté et la sécurité.

« Les résultats de 2015 ont été influencés par les taux de change, les cours du pétrole ainsi que les crises d'origine naturelle et humaine dans de nombreuses régions du monde. Dans l'environnement actuel, les questions de sûreté et de sécurité prennent un relief particulier ; aussi devrions-nous garder à l'esprit que le développement du tourisme dépend dans une large mesure de notre capacité collective à promouvoir des voyages fluides dans des conditions de sûreté et de sécurité. À cet égard, l'OMT invite instamment les gouvernements à inclure les administrations du tourisme dans leurs dispositifs de planification, leurs structures et leurs procédures de sécurité à l'échelon national, non seulement pour faire en sorte de réduire à un minimum l'exposition du secteur aux menaces, mais aussi de maximiser la contribution qu'il peut apporter à la sécurité et la facilitation, car fluidité des voyages et sécurité des voyages peuvent et devraient aller de pair » a ajouté M. Rifai.

La croissance dans les destinations d'économies avancées (+5 %) a dépassé celle des destinations d'économies émergentes (+4 %), tirée par les résultats solides de l'Europe (+5 %).

Au niveau des régions, l'Europe, les Amériques et l'Asie-Pacifique ont toutes enregistré des taux de croissance d'environ 5 % en 2015. Les arrivées au Moyen-Orient ont été en hausse de 3 %. Quant à l'Afrique, les données limitées dont on dispose suggèrent une baisse estimée à 3 %, imputable principalement à la faiblesse des résultats en Afrique du Nord, laquelle représente plus du tiers des arrivées dans la région.

Des perspectives favorables pour 2016

D'après l'Indice de confiance de l'OMT, les voyants restent largement au vert pour 2016, bien qu'à un niveau légèrement inférieur à celui des deux années précédentes. L'OMT prévoit, en se fondant sur la tendance actuelle et sur ces perspectives, que les arrivées de touristes internationaux devraient croître de 4 % à l'échelle mondiale en 2016.

Les régions où l'on attend la croissance la plus forte sont l'Asie-Pacifique (+4 % à +5 %) et les Amériques (+4 % à +5 %), suivies de l'Europe (+3,5 % à +4,5 %). Les projections pour l'Afrique (+2 % à 5 %) et le Moyen-Orient (+2 % à +5 %) sont positives, mais soumises à un plus fort degré d'incertitude et d'instabilité.

Résultats régionaux 2015

L'Europe (+5 %) a pris la tête de la croissance en chiffres absolus et relatifs, profitant d'un euro plus faible par rapport au dollar des États-Unis et aux autres principales devises. Les arrivées se sont élevées à 609 millions, soit 29 millions de plus qu'en 2014. L'Europe centrale et orientale (+6 %) a rebondi après la baisse des arrivées enregistrée l'année précédente. L'Europe du Nord (+6 %), l'Europe méditerranéenne et méridionale (+5 %) et l'Europe de l'Ouest (+4 %) ont également affiché une bonne performance, d'autant qu'elles comptent de nombreuses destinations arrivées à maturité.

L'Asie-Pacifique (+5 %) a bénéficié d'une augmentation de 13 millions d'arrivées de touristes internationaux l'an dernier, atteignant les 277 millions, avec des résultats inégaux dans les destinations. L'Océanie (+7 %) et l'Asie du Sud-Est (+5 %) ont obtenu les meilleurs scores, l'Asie du Sud et l'Asie du NordEst enregistrant pour leur part une croissance de 4 %.

Les arrivées internationales dans les Amériques (+5 %) ont augmenté de 9 millions, passant à 191 millions et venant consolider la performance robuste (+8 %) de 2014. L'appréciation du dollar des États-Unis a favorisé les voyages à l'étranger depuis les États-Unis d'Amérique, ce qui a profité aux Caraïbes et à l'Amérique centrale qui ont affiché toutes deux 7 % de croissance. Les résultats en Amérique du Sud (+5 %) et en Amérique du Nord (+4 %) ont été proches de la moyenne.

Les arrivées de touristes internationaux au Moyen-Orient ont augmenté dans des proportions estimées à 3 %, pour atteindre un total de 54 millions, consolidant la reprise amorcée en 2014.

Les données limitées dont on dispose pour l'Afrique indiquent une baisse de 3 % des arrivées internationales a un total de 53 millions. Les arrivées ont été en repli de 8 % en Afrique du Nord et de 1 % en Afrique subsaharienne, même si, dans le cas de cette dernière, la croissance est redevenue positive au deuxième semestre. (Les résultats pour l'Afrique comme pour le Moyen-Orient sont sujets à caution, compte tenu du peu de données disponibles.)

La Chine, les États-Unis d'Amérique et le Royaume-Uni enregistrent la plus forte croissance des voyages à l'étranger en 2015

Plusieurs marchés émetteurs de premier plan ont tiré les dépenses du tourisme en 2015 grâce à la force de leur monnaie et de leur économie.

Parmi les principaux marchés émetteurs au monde se trouve la Chine, laquelle affiche tous les ans, depuis 2004, une croissance à deux chiffres des dépenses et reste en tête du classement mondial en ce qui concerne les voyages à l'étranger, au profit de destinations asiatiques comme le Japon et la Thaïlande, mais aussi des États-Unis d'Amérique et de différentes destinations européennes.

À l'inverse, on a assisté à une baisse considérable des dépenses de la Fédération de Russie et du Brésil, marchés émetteurs auparavant très dynamiques, par suite des difficultés économiques que rencontrent ces deux pays et de la dépréciation du rouble et du real par rapport à la quasi-totalité des autres devises.

Du côté des marchés émetteurs traditionnels d'économies avancées, les dépenses des États-Unis d'Amérique (+9 %), deuxième plus gros marché émetteur au monde, et du Royaume-Uni (+6 %) ont été stimulées par une devise forte et un rebond de l'économie. Les dépenses de l'Allemagne, de l'Italie et de l'Australie ont augmenté dans des proportions moins importantes (toutes affichant +2 % de croissance) tandis que l'on observait une demande relativement faible du Canada et de la France.

Liens utiles :

Arrivées des touristes internationaux infographie

Baromètre OMT du tourisme mondial

Faits saillants OMT du tourisme, édition 2015

Tourism Towards 2030 (disponible seulement en anglais)

Régimes de visa : les niveaux d'ouverture continuent de progresser

PR No.: 16004
14 Jan 16
L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) soutient depuis longtemps qu'il est nécessaire de faciliter encore plus les voyages si l'on veut promouvoir le développement du tourisme et en multiplier les retombées socioéconomiques. D'après le dernier rapport de l'OMT sur les régimes de visa et l'ouverture au tourisme (Visa Openness Report), la part des touristes ayant besoin d'un visa avant d'entreprendre leur voyage continue de baisser et n'a jamais été à un niveau aussi bas : en 2015, 39 % de la population mondiale pouvait voyager pour raisons de tourisme sans avoir à obtenir de visa traditionnel avant le départ, contre seulement 23 % en 2008.

En moyenne, sur l'ensemble de la population mondiale, 18 pour cent des gens pouvaient voyager sans visa en 2015, 15 autres pour cent pouvaient recevoir un visa à l'arrivée et 6 pour cent pouvaient obtenir des visas électroniques.

De façon générale, les économies émergentes demeurent plus ouvertes que les économies avancées. L'Asie du Sud-Est, l'Afrique de l'Est, les Caraïbes et l'Océanie restent les régions les plus ouvertes. En 2015, l'Afrique centrale, l'Afrique du Nord et l'Amérique du Nord ont été les sous-régions imposant le plus de restrictions.

« Il est capital d'élever la facilitation des voyages au rang de priorité si l'on veut stimuler, grâce au tourisme, la croissance économique et la création d'emplois. Nous nous félicitons de constater qu'un nombre croissant de gouvernements à travers le monde partagent cette idée » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

« Les défis actuels en matière de sécurité ne devraient pas nous dissuader de faciliter encore davantage les formalités d'obtention des visas. Au contraire, le renforcement de la sécurité et la facilitation des voyages de tourisme devraient toujours aller de pair. La sûreté et la sécurité étant, pour nous tous, en ce moment, en tête de nos préoccupations, il nous faut justement travailler plus étroitement ensemble pour promouvoir des voyages fluides dans des conditions de sûreté et de sécurité, en exploitant les possibilités offertes par la technologie et en nous appuyant sur la coopération internationale pour l'échange de données » a-t-il ajouté.

Il y a eu beaucoup d'actions engagées, mais les destinations partout dans le monde ont encore diverses pistes à explorer pour promouvoir des expériences de voyage plus sûres et plus fluides. L'OMT recommande aux destinations de se concentrer en particulier sur les interventions suivantes : plus forte segmentation des voyageurs, amélioration des procédures de demande de visa et des formalités d'entrée, exploitation des possibilités d'intégration régionale, sans oublier, et ce n'est pas le moins important, la fourniture d'informations accessibles et précises au touriste.

Les pays sont encouragés en outre à ne pas dépendre d'améliorations réciproques, mais plutôt à revoir leurs mesures unilatérales, cette tendance n'ayant jamais été aussi prononcée.

L'évolution favorable de ces dernières années est le résultat indéniable d'actions déterminées engagées par les gouvernements, lesquels ont pu constater les effets positifs de la facilitation de la délivrance des visas en termes de croissance économique et de création d'emplois grâce au tourisme.

Des travaux de recherche de l'OMT et du Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC) sur l'impact de la facilitation de la délivrance des visas sur les économies du G20 et sur les économies de l'Association de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) et de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN) montrent clairement que la facilitation de la délivrance des visas peut doper la demande, accroître les exportations et créer des emplois supplémentaires.

Note aux rédactions :

L'OMT recueille des données sur les régimes de visa à un rythme annuel depuis 2008, qui sont validées à l'aide d'enquêtes et d'une communication avec les États membres de l'Organisation.

Liens utiles :

Visa Openness Report 2015

UNWTO Facilitation of Tourist Travel

INVESTOUR 2016 présente à FITUR de nouvelles occasions d'investir en Afrique

PR No.: PR16001
07 Jan 16
La 7ème édition du Forum d'investissement touristique pour l'Afrique (INVESTOUR), qui doit se tenir le 20 janvier 2016, présentera de nouveaux projets d'affaires et d'investissement en Afrique au FITUR, le salon espagnol du tourisme. Orchestré par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), Casa Africa et FITUR, INVESTOUR constitue une plate-forme de promotion du développement touristique en Afrique, l'une des régions du monde où l'expansion de ce secteur est la plus rapide.

La manifestation comportera deux sessions : celle de la matinée, au cours de laquelle les assistants parleront des défis de l'investissement en Afrique et des tendances touristiques de la région, et celle de l'après-midi, réservée aux échanges entre entreprises. L'édition d'INVESTOUR de cette année se concentrera sur l'investissement et le financement de projets touristiques allant des progrès technologiques dans l'hôtellerie à l'écotourisme dans des parcs nationaux et des zones protégées en passant par la promotion de destinations touristiques et le tourisme culturel.

« Le tourisme s'est avéré être un moteur de développement durable et de croissance en Afrique. INVESTOUR représente une plate-forme unique de débat et de création de synergies au sein du secteur privé pour explorer et investir dans de nouvelles opportunités d'affaires en Afrique et profiter pleinement de la récente expansion que le secteur connaît dans la région » a affirmé le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

Pour le Directeur exécutif de Casa Africa, Luis Padrón : « Le continent africain offre d'immenses opportunités. En facilitant les échanges entre entreprises et en canalisant les intérêts des investisseurs, INVESTOUR fournit le mécanisme qui permet de maximiser ces opportunités tout en donnant un excellent exemple de coopération entre les secteurs public et privé. »

Depuis sa première édition en 2009, INVESTOUR a réuni plus de 1 200 participants de 32 pays africains et divulgué plus de 800 projets. L'édition 2015 d'INVESTOUR s'était appuyée sur plus de 300 participants dont 15 ministres africains du tourisme, 146 projets et plus de 40 réunions interentreprises.

Informations complémentaires :

S'inscrire dès maintenant à INVESTOUR

Regarder la vidéo d'INVESTOUR 2015

L'OMT décerne à Arthur Haulot le Prix récompensant l'œuvre de toute une vie

PR No.: 16002
05 Jan 16
Accordé à des individus s'étant distingués pour leur direction visionnaire et leur contribution au secteur du tourisme, le Prix de l'OMT récompensant l'œuvre de toute une vie a été attribué à feu Arthur Haulot, le fondateur de l'Organisation internationale du tourisme social (OITS/ISTO), pour son travail d'avant-garde en matière de promotion du tourisme social et du droit au tourisme pour tous.

Né en Belgique en 1913, Arthur Haulot y a fondé en 1963 l'Organisation internationale du tourisme social (OITS/ISTO) qui a regroupé 170 organisations actives dans 35 pays des Amériques, d'Europe et d'Afrique. Il s'agit actuellement d'une organisation internationale à but non lucratif ayant pour mission de promouvoir l'accès aux loisirs, aux vacances et au tourisme pour tous.

M. Haulot a également occupé la Présidence de l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT), l'ancêtre de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

C'est à M. Haulot que l'on doit la création de la Commission européenne du tourisme (1946), la première Commission régionale de l'UIOOT, dont il fut élu Président. C'est aussi grâce à ses efforts que l'UIOOT a obtenu un statut consultatif auprès des Nations Unies en 1948 et que l'ONU a proclamé 1967 Année internationale du tourisme. En 1973, il a fondé le Bureau international du tourisme social dont il fut le Secrétaire général jusqu'en 1988.

Docteur honoris causa de l'Université libre de Bruxelles, Arthur Haulot, qui s'est illustré comme écrivain et poète, a fondé la Biennale de Poésie de Liège. Il a également dirigé le Journal des poètes et présidé la Maison Internationale de la Poésie. Membre du Parti socialiste, il a assis les bases du Conseil National de la Jeunesse. Il a été l'un des premiers à défendre les droits du tourisme pour tous, le tourisme social.

M. Haulot a consacré sa vie au tourisme. Nommé inspecteur à l'Office National des Vacances ouvrières en 1938, il est devenu Commissaire général au tourisme en 1939, un poste qu'il a occupé pendant trente-trois ans.

M. Haulot est décédé le 25 mai 2005. Le prix sera remis à sa famille au cours de la Cérémonie des prix de l'OMT le 20 janvier 2016, dans le cadre du Salon espagnol du tourisme, le FITUR.

Informations complémentaires : En savoir plus

sur les prix de l'OMT

S'inscrire au Forum des prix de l'OMT

L'Organisation mondiale du tourisme présente le rapport sur les routes et itinéraires culturels

PR No.: 15098
23 Dec 15
Préparé en coopération avec l'Agence de tourisme des îles Baléares, le « Global Report on Cultural Routes and Itineraries » (Rapport mondial sur les routes et itinéraires culturels) de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) fournit des informations essentielles sur les tendances actuelles et des études de cas en matière de développement de routes culturelles, en soulignant l'importance de protéger, de préserver et de conserver ces itinéraires.

« La culture est intimement liée au tourisme. Ce rapport témoigne non seulement de l'importance de protéger et de préserver le patrimoine matériel et immatériel dans le cadre du développement du tourisme, mais aussi de l'attachement de l'OMT à la valeur qu'il représente, grâce à des initiatives telles que les programmes de formation que nous proposons ou l'existence, au sein de l'Organisation, du programme de la Route de la soie » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

Outre la valeur ajoutée apportée par ces routes culturelles à l'expérience vécue par le voyageur, le rapport mondial sur les routes et itinéraires culturels met en évidence les dynamiques qu'elles génèrent pour la durabilité et leurs retombées pour les communautés locales. De plus, cette publication vient appuyer l'initiative engagée par l'UNESCO en 2005 de création d'une catégorie spécifique, dans le classement des sites inscrits au patrimoine, pour les routes culturelles, compte tenu des liens entre la culture et le tourisme ainsi que de l'importance de la coopération public-privé pour développer ces routes.

Pour sa part, Gabriel Barceló Milta, Vice-Président et Conseiller chargé de l'innovation, de la recherche et du tourisme de l'Agence de tourisme des îles Baléares, laquelle est Membre affilié de l'OMT, estime que « cette collaboration avec l'Organisation peut inciter d'autres destinations à faire connaître leurs routes culturelles, qui font la richesse d'une destination mais sont aussi capitales pour faire vivre au visiteur une expérience intéressante et découvrir d'autres cultures et d'autres traditions ».

Le rapport, préparé par l'OMT et l'Agence de tourisme des îles Baléares, a bénéficié de la collaboration de près de 20 Membres affiliés de l'OMT qui ont fourni des études de cas : Adventure Travel Trade Association, Associação de
Hotéis Roteiros de Charme, Bournemouth University, Comune di Venezia,

DASTA, Bureau national de tourisme de Hongrie, IREST, Madison MK, Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato, ProColombia, Região de Turismo do Algarve, SENATUR, Singerman and Makón, STPP, Turismo de Bogota, Universidad del Salvador, Universitaria Los Libertadores, University of Bologna, University of Business in Prague et University of Molise.

Informations supplémentaires :

Télécharger la publication "Cultural Routes and Itineraries" (en anglais uniquement)

Programme de la Route de la soie de l'OMT

Le Prix Ulysse de l'OMT est décerné au Dr Richard Butler

PR No.: 15097
21 Dec 15
Le douzième Prix Ulysse de l'OMT récompensant l'excellence dans le domaine de la création et de la diffusion de savoir dans le tourisme a été décerné au
Dr Richard Butler, Professeur émérite à la Strathclyde Business School de Glasgow (Royaume-Uni), pour ses travaux inestimables en matière de renforcement des capacités et de durabilité dans le secteur du tourisme.

Sa connaissance du tourisme, ses analyses en tant que géographe et les travaux qu'il a menés au Canada ont alimenté la théorie sur le tourisme dont il est l'auteur et qui s'est largement imposée, celle du cycle de vie des espaces touristiques (Tourism Area Life Cycle, TALC). Sa publication continue de figurer parmi les productions universitaires les plus citées sur le tourisme et influence le développement des destinations touristiques partout dans le monde.

Outre la gestion et le développement des destinations touristiques, les domaines de recherche du Dr Butler comprennent le tourisme dans les zones difficiles d'accès, la saisonnalité et la durabilité. Le Dr Butler a signé quelque 17 ouvrages et plus d'une centaine d'articles et de chapitres de livres sur ces sujets. Il est membre fondateur et a été Président de l'Académie internationale pour l'étude du tourisme, et a également présidé l'Association canadienne d'études en loisir.

Le Dr Butler recevra le Prix lors de la douzième édition de la Cérémonie de remise des prix de l'OMT qui sera organisée le 20 janvier 2016 en collaboration avec le salon international du tourisme de Madrid (FITUR / IFEMA).

Seront également rendus publics lors de cet événement les lauréats des prix de l'OMT dans les catégories Politiques publiques et gouvernance, Recherche et technologie, Entreprises et organisations non gouvernementales, de même que le lauréat du Prix de l'OMT récompensant l'œuvre de toute une vie.

Depuis 2003, les prix de l'OMT rendent hommage à des figures de premier plan pour leur action dans le domaine de la création et de la diffusion de savoir et pour l'ensemble de leur parcours. Les prix récompensent aussi des projets remarquables dans les catégories Politiques publiques et gouvernance,
Recherche et technologie, et Entreprises et organisations non gouvernementales.

Informations supplémentaires :

Pour en savoir plus sur les prix de l'OMT

Les activités de l'OMT à FITUR, sous le signe de l'innovation et de la durabilité

PR No.: 15096
17 Dec 15
L'innovation et les perspectives qu'elle ouvre pour le tourisme ainsi que l'importance de promouvoir des initiatives en matière de durabilité et d'éthique seront les thématiques principales des activités proposées par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) à FITUR, avec le soutien du salon. FITUR, dont la 36e édition se déroulera du 20 au 24 janvier à Madrid, est un grand rendez-vous à l'échelle mondiale pour les professionnels du tourisme.

L'innovation dans le tourisme est le fil conducteur des Prix annuels de l'OMT. En 2016, la douzième édition de cette initiative offrira une concentration d'exemples de réussite dans le tourisme en provenance de tous les continents. La Cérémonie de remise des prix et le Forum qui la précède le 18 janvier sont l'occasion d'échanger des bonnes pratiques et de dégager des synergies. Tous les finalistes des Prix interviendront lors du Forum pour partager leurs expériences.

Le programme de l'OMT à FITUR accorde une attention particulière à la responsabilité sociale et à la durabilité, avec la deuxième Conférence internationale « Vers des hôtels presque zéro énergie », le séminaire de l'OMT et de la Fondation ONCE sur le tourisme accessible et la présentation du projet de l'OMT et du Réseau espagnol du Pacte mondial « Tourisme responsable : tous engagés ». Cette initiative a pour objet de favoriser la responsabilité sociale des entreprises et les partenariats d'entreprises du secteur en Espagne ainsi que de promouvoir un réel engagement, dans la durée, envers les principes éthiques sous-tendant un tourisme responsable et durable.

Possibilités d'affaires en Afrique et tourisme au Moyen-Orient

Les possibilités d'affaires et d'investissement en Afrique seront l'axe central d'INVESTOUR, initiative de l'OMT, FITUR et Casa África programmée le deuxième jour du salon (21 janvier). L'événement, dont ce sera la septième édition en 2016, bénéficiera de la présence de plusieurs Ministres africains du tourisme et de représentants du Gouvernement espagnol. Des entités du secteur privé participeront également à cette journée, laquelle comprendra deux tables rondes et

une séance de rencontres interentreprises (B2B). La première table ronde sera consacrée aux défis de l'investissement en Afrique et la seconde traitera des stratégies pour accroître la compétitivité et mettre à profit le potentiel du tourisme sur le continent, dans le contexte régional comme dans le contexte mondial.

Le Moyen-Orient aura aussi une place de choix dans les activités de l'OMT à FITUR. Le deuxième jour du salon (21 janvier) se tiendra la Table ronde ministérielle sur les politiques de développement du tourisme au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Cette rencontre, organisée en coopération avec Casa Árabe, sera l'occasion de débattre des stratégies pour favoriser une croissance durable en temps de crise.

Au nombre des autres initiatives de l'OMT à FITUR figurent la deuxième
Conférence sur le tourisme d'achats, organisée par l'OMT en coopération avec FITUR, et la présentation du Forum mondial de tourisme gastronomique. Cet événement, organisé par l'OMT en coopération avec le Ministère du commerce international et du tourisme de la République du Pérou, aura lieu à Lima en avril 2016.

Informations supplémentaires :

Télécharger le programme des activités de l'OMT à FITUR http://www2.unwto.org/event/fitur-2016

Inscription des entreprises à INVESTOUR :

http://www.ifema.es/investourfr_01/investour/Registro/index.htm

Partenariat entre l'OMT et le Cluster de tourisme de montagne sur la saisonnalité

http://innovactm.com/fr/lassociation/

Location:
Madrid
PR No.: 15095
11 Dec 15
L'OMT et le Cluster de tourisme de montagne ont signé un accord de collaboration pour traiter les problèmes de la saisonnalité dans les destinations de montagne – Madrid (Espagne), le 4 décembre 2015.

Cet accord tombe à point nommé car la communauté internationale fête la Journée internationale de la montagne le 11 décembre. Les célébrations de cette année souligneront que les produits de

montagne peuvent doper les économies locales. Le tourisme, l'un des principaux secteurs économiques de nombreuses destinations de montagne, peut jouer un rôle fondamental à cet égard.

La saisonnalité est un problème commun à de nombreuses destinations touristiques du monde entier. Elle freine considérablement la rentabilité des entreprises et la création de richesses dans les destinations. Elle a également de grandes répercussions environnementales et socioculturelles qui vont de la gestion de la saturation à l'utilisation des ressources naturelles en passant par l'emploi saisonnier et les pressions sociales.

Un nouveau Membre affilié de l'OMT, le Cluster de tourisme de montagne, s'efforce de trouver des façons innovatrices et créatives de surmonter la saisonnalité et de lancer des stratégies soucieuses du développement durable dans les destinations de montagne.

« Compte tenu de la complexité de la saisonnalité et de ses impacts sur le tourisme, il est fondamental que les secteurs public et privé implantent des programmes novateurs capables d'accroître la fréquentation pendant la saison basse et de dynamiser la demande tout au long de l'année. Nous nous réjouissons donc beaucoup à la perspective de collaborer avec le Cluster de tourisme de montagne sur des études et des actions visant à relever cet important défi » a affirmé le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

Cet accord constitue une nouvelle étape importante pour l'OMT dans le domaine du tourisme de montagne où l'Organisation et le gouvernement de la Principauté d'Andorre, depuis 1998, organisent conjointement le Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne. En mars 2016, les participants à la 9e édition de cet événement bisannuel examineront comment des activités sportives et d'aventure pourraient aider les destinations de montagne à maximiser les bénéfices socioéconomiques du tourisme tout au long de l'année.

Pour plus d'informations :

Pour mieux connaître le Congrès mondial sur le tourisme de neige et de montagne

3e Conférence de l'OMT sur la dessaisonalisation

Cluster de tourisme de montagne

Journée internationale de la montagne

Le Cluster Montagne

Au service des acteurs de l'aménagement de la montagne

Le Cluster Montagne est une association dont le but est d'accompagner et promouvoir, en France et dans le monde, les acteurs français de l'aménagement de la montagne.

Les missions du Cluster Montagne :

Fédérer les acteurs de l'aménagement de la montagne française,

Participer au développement des sites touristiques de montagne en soutenant l'innovation, la performance et les compétences,

Positionner les savoir-faire montagne français à l'international.

Il fédère 143 membres adhérents dont les expertises portent sur : l'urbanisme & l'architecture, les aménagements été et hiver, l'environnement, les risques naturels, la gouvernance & les politiques publiques, les formations & les services.

Le Cluster Montagne accompagne ses adhérents sur 4 axes stratégiques que sont l'information, l'innovation, l'international et la performance avec des projets tels que :

La Vitrine de l'innovation en montagne : découvrez toutes les innovations des adhérents du Cluster Montagne pour une montagne plus accessible, concertée, durable, interactive, ludique, performante et sécurisée sur www.clustermontagne-innovations.com

La plateforme emploi : plateforme dédiée aux métiers de la montagne sera prochainement en ligne sur www.emploi-montagne.com.

Les Trophées du Cluster Montagne (2e édition) : remis fin 2015, ils récompenseront les réalisations les plus innovantes, internationales et performantes des entreprises de la filière.

L'appel à projets "Montagne innovante et internationale" (3e édition) : lancés en juin, ils permettent d'accompagner des projets innovants des entreprises de la filière.

Innover dans le tourisme, pour vous, c'est…

Imaginer la montagne de demain !

Pierre-François ADAM

Responsable Innovation Développement

Cluster Montagne http://cluster-montagne-innovations.com/

04 79 85 82 84 pf.adam@cluster-montagne.com

www.cluster-montagne.com

Stéphanie Heritier Da Cunha

Responsable Innovation - Service Professionnalisation

Rhône-Alpes Tourisme

04 26 73 32 64 06 12 91 02 80

stephanie.heritier@rhonealpes-tourisme.com

pro.rhonealpes-tourisme.com/innovation

Le Cluster développement touristique tourism & business

Au service des acteurs du tourisme endogène

Les Nations Unies proclament 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement

PR No.: 15094
07 Dec 15
L'Assemblée générale des Nations Unies a approuvé de proclamer 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement. La résolution, adoptée le 4 décembre, constate « l'importance attachée au tourisme international, en particulier à la proclamation d'une année internationale du tourisme durable pour le développement, pour ce qui est de favoriser la

compréhension entre tous les peuples, de faire mieux connaître le riche héritage des différentes civilisations et de faire davantage apprécier les valeurs inhérentes aux différentes cultures, contribuant ainsi à renforcer la paix dans le monde ».

« Le fait que l'ONU ait proclamé 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement représente une opportunité unique d'accroître la contribution du secteur du tourisme aux trois piliers de la durabilité, l'économique, le social et l'environnemental, tout en attirant l'attention sur les véritables dimensions d'un secteur qui est souvent sous-évalué » a affirmé le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, avant d'ajouter : « En tant qu'organisme chef de file des Nations Unies pour cette initiative, l'OMT a hâte de commencer à organiser et à mettre en œuvre cette Année internationale, en collaboration avec les gouvernements, les organisations onusiennes concernées, d'autres organisations internationales et régionales et toutes les parties prenantes intéressées ».

Cette décision fait suite à la reconnaissance par les dirigeants mondiaux, lors de la Conférence des Nations Unies sur le développement durable (Rio+20), qu'un « tourisme bien conçu et bien organisé » peut contribuer au développement durable dans ses trois dimensions, à la création d'emplois et aux débouchés commerciaux.

La décision de proclamer 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement tombe à un moment particulièrement important, celui où la communauté internationale embrasse le nouveau Programme de développement durable à l'horizon 2030 et les Objectifs de développement durable (ODD) approuvés par l'Assemblée générale des Nations Unies en septembre dernier. Le tourisme figure parmi les cibles de trois des ODD, à savoir l'ODD 8 : Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous ; l'ODD 12 : Établir des modes de consommation et de production durables ; et l'ODD 14 : Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.

Liens utiles :

Lire la résolution adoptée à l'adresse

Le tourisme et les ODD

Le Comité mondial d'éthique du tourisme débat de l'impact des commentaires publiés sur internet

Location:
Madrid, Spain / Paris, France
PR No.: 15092
26 Nov 15

La véracité et la fiabilité des commentaires mis en ligne par les consommateurs ont été au centre des discussions du Comité mondial d'éthique du tourisme à sa seizième réunion. Le Comité a également débattu de la protection de l'enfance dans le tourisme et des vacances tout compris [Paris (France), 16-17 novembre 2015].

La seizième réunion du Comité, dont le Président est Pascal Lamy, a été marquée par la présence de Matthias Fekl, le Secrétaire d'État français chargé du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger, lequel a déclaré être très heureux d'accueillir la seizième réunion du Comité mondial d'éthique du tourisme à Paris, en exprimant sa reconnaissance à tous les membres de s'être déplacés et d'avoir maintenu la réunion en dépit des tristes circonstances.

« L'OMT et le Comité tiennent à adresser à la France un message de solidarité après les attentats dramatiques de vendredi. La peur et la terreur ne vont pas nous détourner de nos activités, mais renforcent au contraire notre détermination à promouvoir les principes énoncés dans le Code mondial d'éthique du tourisme et les valeurs qu'il défend : paix, respect des droits de l'homme, compréhension mutuelle et respect de la diversité » a déclaré aux participants le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

Pendant sa réunion de deux jours, le Comité a passé en revue ses domaines de travail prioritaires, au nombre desquels la protection de l'enfance, l'accessibilité, les modèles équitables de vacances tout compris et la fourniture aux touristes d'informations fiables et objectives. La discussion a été axée sur l'impact, sous l'angle éthique, des évolutions observables actuellement sur le marché, comme l'apparition de nouveaux modèles d'exploitation commerciale et les plateformes en ligne, ou encore la nécessité de renforcer la promotion du Code et des messages fondamentaux qui le sous-tendent, en mettant spécialement l'accent sur la protection de l'enfance.

S'agissant de l'impact sur le tourisme des commentaires publiés par les consommateurs, le Président du Comité et ancien Directeur général de l'Organisation mondiale du commerce, Pascal Lamy, a déclaré que « le facteur essentiel sur lequel reposent les commentaires en ligne de la plupart des systèmes d'évaluation sur internet est la confiance ; cela étant, il est important qu'il existe des mécanismes de vérification pour que ni les consommateurs, ni les entreprises, ne puissent être induits en erreur ».

Les questions liées à la sûreté et à la sécurité ont également été abordées ; même si elles ne sont pas du ressort direct du Comité, celui-ci a fait part de sa préoccupation concernant les répercussions des événements dramatiques récents sur le tourisme, et plus précisément sur l'emploi et la stabilité sociale.

En cette occasion, le Club Med, pionnier des vacances familiales tout compris, et Jetwing Hotels, entreprise hôtelière sri-lankaise de premier plan, ont signé l'Engagement du secteur privé envers le Code mondial d'éthique du tourisme, venant grossir les rangs des plus de 440 entreprises et associations du monde entier ayant déjà pris l'engagement de promouvoir les normes éthiques consacrées par le Code.

La dix-septième réunion du Comité aura lieu en avril 2016.

Note aux rédactions :

Le Comité mondial d'éthique du tourisme est l'organe indépendant chargé de suivre l'application du Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT, lequel contient un ensemble de principes destinés à orienter le développement durable du tourisme. Le Comité est un organe subsidiaire de l'Assemblée générale de l'OMT, à laquelle il rend compte directement. Les membres sont élus à titre personnel et pas comme fonctionnaires de l'administration ou comme représentants de leur pays.

Président du Comité : Pascal Lamy (ancien Directeur général de l'Organisation mondiale du commerce). Membres : M. I Gede Ardika (ancien Ministre du tourisme de la République d'Indonésie), M. Yoshiaki Hompo (ancien Commissaire de l'Agence japonaise du tourisme), Mme Fiona Jeffery (ancienne Présidente du World Travel Market), M. Khelil Lajmi (ancien Ministre du tourisme de la République tunisienne), M. Jean-Marc Mignon (Président de l'Organisation internationale du tourisme social), Mme Tanja Mihalic (Directrice de l'Institut de tourisme de l'université de Ljubljana), M. Ron Oswald (Secrétaire général de l'Union internationale des travailleurs de l'alimentation, de l'agriculture, de l'hôtellerie-restauration, du tabac et des branches connexes), M. Eugenio Yunis (Vice-Président exécutif de la Fédération des entreprises touristiques du Chili). Membres suppléants : M. Hiran Cooray (Président de Jetwing), Mme Günnür Diker (Secrétaire générale de l'Association des agents de voyage turcs) et Mme Suzy Hatough (Directrice du cabinet de conseil Dar Al-Diafa en développement des ressources humaines dans le tourisme).

Liens utiles :

Programme de l'OMT Éthique et responsabilité sociale

Comité mondial d'éthique du tourisme

Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT

Engagement du secteur privé envers le Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT

Les dirigeants mondiaux du secteur des voyages et du tourisme optimistes sur les résultats des négociations de la COP21

29 Nov 15
London, United Kingdom
À la veille de la COP21, la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques qui se tiendra à Paris la semaine prochaine, les membres de la Global Travel Association Coalition (GTAC)

ont réaffirmé que ce secteur est déterminé à contribuer à la lutte contre le changement climatique et se sont montrés plein d'espoir pour le succès des négociations.

S'exprimant en sa qualité de Président de la GTAC, David Scowsill, Président et Directeur général du Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC), a affirmé :

« Le secteur des voyages et du tourisme a bon espoir quant au succès des négociations de Paris et rappelle que nos organisations, qui travaillent main dans la main au sein de la Global Travel Association Coalition, se sont engagées à contribuer de façon significative et durable à la lutte contre le changement climatique.

« Les voyages et le tourisme représentent près de 10% du PIB mondial et emploient un travailleur sur onze dans le monde. Plus d'un milliard de personnes franchissent tous les ans des frontières internationales et ce chiffre devrait atteindre 1,8 milliard en 2030. La croissance de ce secteur engendrera un développement socioéconomique considérable sur toute la planète, notamment dans les pays moins avancés (PMA), dans les pays en développement sans littoral (PDSL) et dans les petits États insulaires en développement. Il nous revient de veiller à ce que la croissance du secteur soit dissociée de son impact sur notre environnement pour que le tourisme puisse continuer à contribuer à la solidarité et au développement socioéconomiques sur le long terme. »

Notes

D'importantes industries du secteur des voyages et du tourisme se sont déjà engagées, dans la durée, à œuvrer pour freiner le changement climatique :

Aviation :

- L'industrie aéronautique et l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI) ont fixé des objectifs alignés visant à améliorer la consommation spécifique de carburant et à stabiliser les émissions nettes de CO2 de l'aviation à partir de 2020 moyennant une croissance neutre en carbone.
- À plus long terme, c'est-à-dire à l'horizon 2050, l'industrie aéronautique se propose également de réduire de moitié par rapport à 2005 les émissions nettes de CO2 de l'aviation.

Pour atteindre les objectifs susmentionnés, les États membres de l'OACI et l'industrie aéronautique ont mis en œuvre une panoplie de mesures : nouvelles technologies et combustibles alternatifs ; amélioration de l'exploitation ; meilleure utilisation des infrastructures ; et développement d'une évaluation mondiale, fondée sur les marchés, pour permettre à l'industrie de stabiliser ses émissions de CO2 à partir de 2020. En outre, l'OACI est en train d'élaborer une norme de certification des émissions de CO2 des avions qui sera implantée en 2016. Grâce à de fructueux partenariats et à un précieux travail de coopération avec l'industrie de l'aviation et d'autres organisations, la moitié des États membres de l'OACI ont préparé et présenté à celle-ci des plans d'action nationaux visant à réduire les émissions de CO2 de l'aviation.

Croisières/navigation :

- Construction de nouveaux bateaux de croisière conformément à des normes de conception privilégiant l'efficacité énergétique afin de réduire de 30% les émissions de CO2 d'ici 2030.
- Depuis 2013, mise en œuvre de plans de gestion du rendement énergétique des navires pour planifier les itinéraires et assurer la maintenance afin de réduire la consommation de carburant et les émissions de CO2.
- Utilisation d'un système d'éclairage spécial pour une réduction de la consommation énergétique pouvant atteindre 20%.
- Peinture des coques avec des revêtements spéciaux afin de réduire la consommation de carburant de 5%. Secteur:

En 2009, le Conseil mondial du voyage et du tourisme a édité « Leading the Challenge on Climate Change » pour alimenter les négociations mondiales sur le climat et appuyer des accords internationaux en vertu desquels ses Membres, les grandes entreprises mondiales des voyages et du tourisme, se sont engagés à ce que le secteur réduise ses émissions de CO2 de 50% entre 2005 et 2035. Au début de ce mois, cet engagement a été réaffirmé dans un nouveau rapport intitulé « Travel & Tourism 2015 – Connecting Global Climate Action ».

Voici la liste des membres de la Global Travel Association Coalition (GTAC) :

- Conseil international des aéroports (ACI)
- Cruise Lines Association International (CLIA)
- Organisation de l'aviation civile internationale (OACI)
- Association du transport aérien international (IATA)
- Association des voyages de la région Asie-Pacifique (PATA)
- Organisation mondiale du tourisme (OMT)
- Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC)
-

La Global Travel Association Coalition a été créée pour faire mieux connaître le rôle de moteur de croissance économique et d'emploi du secteur des voyages et du tourisme et pour veiller à ce que les gouvernements développent des politiques allant dans le sens d'une croissance rentable, durable et soutenue de l'industrie. Soucieux de parler clairement et d'une seule voix, les dirigeants de la GTAC continuent d'aligner leurs messages et leurs efforts pour mettre en exergue la viabilité du secteur des voyages et du tourisme. Ils ont lancé en avril 2015 un programme de croissance et de développement qui regroupe les efforts à réaliser par tous

L'OMT et l'Institut Griffith pour le tourisme lancent le Rapport mondial sur les partenariats public-privé dans le tourisme

PR No.: 15087

12 Nov 15
Le Rapport mondial de l'OMT, établi en collaboration avec l'Institut Griffith pour le tourisme, souligne la façon dont les partenariats public-privé entre acteurs du tourisme tirent le développement socioéconomique [Madrid (Espagne), le 10 novembre 2015]

À travers un large éventail d'études de cas, le UNWTO Global Report on PublicPrivate Partnerships: Tourism Development (Rapport mondial de l'OMT sur les partenariats public-privé : le développement du tourisme) démontre, à l'aide d'un solide corpus de données factuelles, l'importance de partenariats public-privé efficaces dans le tourisme et illustre comment les partenariats entre destinations et segments de marché différents peuvent être un outil au service du développement.

Le Rapport est le fruit d'une collaboration entre l'OMT et l'un de ses Membres affiliés, l'Institut Griffith pour le tourisme, lequel est un centre de recherche de pointe sur le tourisme à l'échelle mondiale, établi en Australie. Le lancement du Rapport a eu lieu cette semaine à Madrid (Espagne), en présence du Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, de l'Ambassadrice d'Australie en Espagne, Virginia Greville, et du Directeur adjoint de l'Institut, Noel Scott.

« Le Rapport démontre clairement que la collaboration entre secteur public et secteur privé joue un rôle essentiel pour accroître la contribution du tourisme à un développement sans laissés pour compte, particulièrement dans les destinations émergentes où le secteur peut avoir d'importantes retombées positives pour les communautés locales. Je suis certain que les conclusions du Rapport susciteront des partenariats intersectoriels efficaces pouvant aider à porter à son maximum le potentiel que possède le tourisme de tirer le développement » a déclaré M. Rifai en cette occasion.

L'Ambassadrice d'Australie, Mme Greville, a exposé l'expérience de son pays en matière de renforcement des capacités dans le tourisme à l'intérieur de la région Asie-Pacifique et souligné la nécessité d'aborder le développement du tourisme sous l'angle des partenariats : « un tourisme vraiment durable mobilise toutes les parties prenantes ».

Dans sa présentation des principales conclusions du Rapport, le Professor Scott a fait observer que les partenariats public-privé permettent aux parties prenantes d'unir leurs efforts pour atteindre de remarquables résultats dans des domaines tels que le développement des produits et le renforcement des capacités. Pour porter leurs fruits à long terme, les partenariats public-privé ont souvent besoin d'un tiers ou d'un acteur occupant une position prépondérante qui prenne les rênes du développement du partenariat et en assure des retombées pour toutes les parties prenantes : « Pouvoir démontrer les résultats concrets obtenus est important pour encourager la participation, mais également pour maintenir la dynamique dans la durée et assurer la pérennité du projet » a expliqué M. Scott.

Note aux rédactions

L'Institut Griffith pour le tourisme (GIFT), Membre affilié de l'OMT et partenaire du Réseau de connaissances de l'OMT, est établi sur la Côte d'Or, en Australie. Initiative stratégique de l'université

Griffith, il a pour mission de conduire et de diffuser des travaux de recherche de pointe sur le tourisme à l'échelle mondiale qui aient un retentissement dans les milieux universitaires comme dans le secteur. L'Institut collabore également avec toute une série de partenaires internationaux avec pour objectifs l'excellence dans la recherche et la durabilité.

Liens utiles :

UNWTO Global Report on Public-Private Partnerships: Tourism Development (Rapport mondial de l'OMT sur les partenariats public-privé : le développement du tourisme)

Institut Griffith pour le tourisme

Membres affiliés de l'OMT

Communiqué de presse : L'OMT et la Griffith University d'Australie unissent leurs forces pour faire progresser les connaissances sur le tourisme

L'OMT organisera la première Conférence mondiale sur l'œnotourisme en Géorgie en 2016

Location : Madrid
PR No.: 15082
04 Nov 15
La première Conférence mondiale de l'OMT sur l'œnotourisme aura lieu dans la région viticole de Kakhétie du 7 au 9 septembre 2016. L'annonce officielle a été faite par l'OMT et l'administration nationale géorgienne du tourisme lors du World Travel Market de Londres.

Ainsi que l'a expliqué le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, qui présentait la Conférence avec le Directeur de l'administration nationale géorgienne du tourisme, George Chogovadze, et l'Ambassadeur de Géorgie en Espagne, Zurab Pololikashvili, « L'œnotourisme est un segment en expansion offrant d'immenses possibilités pour diversifier la demande. Quant à la Géorgie, son potentiel n'est plus à démontrer. Nous sommes très heureux d'organiser la première Conférence mondiale de l'OMT sur l'œnotourisme dans ce pays ».

Pour sa part, le Ministre de l'économie et du développement durable de la Géorgie, Dimitry Kumsishvili, a déclaré : « La Géorgie possède une tradition viticole tout à fait particulière vieille de huit mille ans, inscrite au patrimoine immatériel de l'UNESCO : c'est donc le cadre idéal pour accueillir la Conférence sur l'œnotourisme. De plus, notre pays compte à son actif un certain nombre de réussites récentes, qu'il s'agisse d'attirer un plus grand nombre de touristes ou en matière de développement de produits touristiques, de stratégies de marque ou de marketing, de sorte qu'il offre une excellente plateforme pour échanger meilleures pratiques, données d'expérience et connaissances ».

La gastronomie et le vin font maintenant partie intégrante de l'expérience de découverte de la culture et du style de vie de n'importe quelle destination et ce sont des motivations de voyage de plus en plus importantes. Afin de favoriser le développement de ce segment, l'OMT a lancé en septembre 2015 le Réseau Gastronomie de l'OMT.

Informations supplémentaires :

Pour en savoir plus sur le programme des Membres affiliés de l'OMT, veuillez cliquer ici

Pour de plus amples informations sur la Conférence, veuillez cliquer ici Rapport mondial sur le

tourisme gastronomique (en anglais)

Sommet ministériel OMT/WTM : l'influence des médias sociaux sur les stratégies de marque des destinations

Location:
Madrid
PR No.: 15083
04 Nov 15
Les Ministres du tourisme et les dirigeants du secteur privé réunis pour la neuvième édition du sommet ministériel de l'OMT et du World Travel Market (WTM) se sont accordés sur le fait que les stratégies de marque des destinations et l'action des organismes de marketing touristique doivent s'adapter aux changements induits par les médias sociaux [Londres (Royaume-Uni), le 3 novembre 2015].

Plus de 60 ministres du tourisme et dirigeants de Facebook, Expedia, Melia Hotels, Eurostar et du Conseil mondial du voyage et du tourisme étaient réunis à Londres pour débattre de l'influence profonde des changements sur le marché et du pouvoir accru du consommateur sur les stratégies de marque des destinations. Les participants ont rappelé que le panorama actuel défini par les médias sociaux exige des destinations d'investir davantage dans la connaissance des médias sociaux et les façons de mobiliser les voyageurs à travers eux.

Le sommet, qui était modéré par Richard Quest, de CNN International, a abordé des questions telles que la nécessité d'interventions transparentes, honnêtes et rapides dans les médias sociaux en temps de crise, les moyens de mettre à contribution les voyageurs pour en faire des ambassadeurs des destinations et l'optimisation des mégadonnées pour permettre un marketing ciblé.

En ouvrant le sommet, le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, a souligné : « Aujourd'hui, les consommateurs ont accès à davantage d'informations, ils ont plus de choix et plus de possibilités de faire entendre leur avis ; ils peuvent dénoncer des pratiques contraires à l'éthique ou être les

meilleurs ambassadeurs des destinations et prestataires de services. Dans ce contexte, les stratégies de marque représentent un défi toujours plus complexe qui exige, de la part des destinations et des entreprises, d'ajuster leurs structures, leurs politiques et leurs stratégies ».

Les orateurs du sommet ont été Nikolina Angelkova, Ministre du tourisme de la République de Bulgarie ; Li Shihong, Vice-Président de l'administration nationale chinoise du tourisme ; Mauricio Ventura Aragón, Ministre du tourisme de la République du Costa Rica ; Darko Lorencin, Ministre du tourisme de la République de Croatie ; Nayef H. Al-Fayez, Ministre du tourisme et des antiquités du Royaume hachémite de Jordanie ; Dato Sri Mohamed Nazri Bin Abdul Aziz, Ministre du tourisme et de la culture de la Malaisie ; Edward Zammit Lewis, Ministre du tourisme de la République de Malte ; Derek Hanekon, Ministre du tourisme de la République sud-africaine ; Kobkarn Wattanavrangkul, Ministre du tourisme et des sports du Royaume de Thaïlande et Walter Mzembi, Ministre du tourisme et du secteur de l'accueil de la République du Zimbabwe, ainsi que Nicolas Petrovic, Directeur général d'Eurostar International ; Noah Tratt, VicePrésident principal Monde, Expedia, Inc. ; Lee McCabe, Directeur mondial voyages, Facebook ; Anthony Cortizas, Vice-Président pour la stratégie de marque Monde de Meliá Hotels International et David Scowsill, Président du Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC).

Liens utiles :

Photographies de la neuvième édition du sommet ministériel de l'OMT et du WTM

L'OMT et la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD), partenaires à l'appui d'un tourisme durable et profitant à tous

Location:
London, United Kingdom
PR No.: 15081
02 Nov 15
L'OMT et la BERD ont signé un accord afin d'œuvrer ensemble à la promotion d'un tourisme durable et profitant à tous qui tire la croissance socioéconomique. Assurer une utilisation plus efficace des ressources et favoriser l'entrée des jeunes dans le secteur constituent deux des grandes priorités de l'accord.

Parmi les principaux domaines couverts par l'accord, on peut citer l'intégration des jeunes dans le secteur du tourisme par des possibilités de formation et d'emploi, l'utilisation efficace des ressources et de l'énergie, ainsi que le renforcement des capacités des PME. L'OMT et la BERD vont

également coopérer dans les domaines de l'identification de pratiques optimales et la mise en commun des connaissances.

Pour le Président de la BERD, Suma Chakrabarti, « Le tourisme apporte une contribution importante aux économies de nombreux pays dans lesquels la BERD intervient. Ce partenariat permettra à nos deux organisations de travailler de concert et avec le secteur public et le secteur privé pour promouvoir des pratiques durables et n'excluant personne dans le secteur du tourisme. La BERD cherche plus particulièrement à favoriser l'intégration des jeunes dans le secteur là où ils rencontrent des difficultés importantes pour participer à l'économie, du fait d'une inadéquation des compétences et d'un accès limité à la formation. »

« Le secteur du tourisme joue un rôle fondamental dans la reprise économique actuelle et peut être décisif pour faire progresser un développement sans laissés pour compte, plus précisément du point de vue de la création d'emplois. Ce partenariat avec la Banque européenne pour la reconstruction et le développement nous ouvrira des perspectives en vue de générer des emplois plus nombreux et de meilleure qualité et d'accompagner le secteur dans sa transition sur une voie plus durable » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

L'accord a été signé dans le cadre de l'engagement pris par la BERD de soutenir un tourisme durable et profitant à tous dans les pays dans lesquels la Banque intervient, en particulier dans les parties méridionales et orientales de la Méditerranée et dans les Balkans occidentaux. Cette coopération tirera avantage de l'expérience et des compétences spécialisées de l'OMT dans les domaines de l'éducation et de la formation, avec la Fondation OMT.Thémis, et dans celui de la durabilité, avec des initiatives comme les Solutions énergétiques pour l'hôtellerie et les actions en collaboration au titre du projet de tourisme durable COAST.

La BERD, détenue par 64 pays et deux institutions intergouvernementales, soutient le développement des économies de marché et des démocraties. Suivez-les sur internet, Facebook et Twitter.

Liens utiles :

Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD)

À télécharger et à partager : Tourism – Driving Trade, Fostering Development and Connecting People (en anglais)

Guide de l'OMT et de la Direction générale du développement et de la coopération de la Commission européenne« Un tourisme durable pour le développement » (disponible en anglais et en français)

Stratégies de marque des destinations, Route de la soie et le tourisme jeune en Asie au programme des activités de l'OMT au World Travel Market

Location:
Madrid (Espagne)
PR No.: 15078
29 Oct 15

La première activité de l'OMT au World Travel Market de cette année sera la neuvième édition du Sommet ministériel de l'OMT et du WTM le 3 novembre. Intitulé « Stratégies de marque des destinations : de nouveaux défis dans un marché en pleine évolution », le Sommet portera sur l'impact des médias sociaux et des nouveaux modèles d'activité économique sur les stratégies de marque des destinations.

Le même jour, l'OMT présentera la première Conférence mondiale sur le tourisme œnologique, en coopération avec l'administration nationale géorgienne du tourisme, qui se tiendra en Géorgie en 2016. Cette activité fait partie du plan d'action du Réseau Gastronomie de l'OMT. La plateforme, présentée officiellement en septembre 2015 pendant l'Assemblée générale de l'OMT à Medellín (Colombie), vise à promouvoir l'information et le savoir pour développer encore plus le tourisme gastronomique.

La recherche d'expériences de voyage et la révolution dans le domaine des réservations seront également traitées pendant le séminaire sur la Route de la soie le 4 novembre, activité réalisée en partenariat avec Travel Perspective. Le séminaire « L'engouement pour les expériences de voyage et la révolution dans le domaine des réservations » analyserá la façon dont les nouvelles tendances influent sur les processus de réservation et comment les destinations émergentes effectuent leur transition à l'heure du numérique.

Enfin, l'OMT sera aux côtés de PATA pour une manifestation consacrée au tourisme jeune en Asie. Sachant que l'essor du tourisme mondial sera porté par les jeunes voyageurs, surtout en provenance du continent asiatique, on s'attachera à dégager des stratégies pour permettre aux destinations d'apprivoiser ce phénomène.

Liens utiles :

Programme d'activités de l'OMT au WTM

Déclaration des ministres du tourisme du G20

L'initiative du T20

L'OMT se félicite de l'adoption des objectifs de développement durable

Location:
Madrid, Spain
PR No.: PR15067
28 Sep 15
L'OMT se réjouit de l'adoption des objectifs de développement durable et réaffirme son engagement à œuvrer en faveur de la réalisation de ces objectifs.

Le tourisme, secteur économique de grande envergure à l'échelle mondiale et qui compte parmi les plus dynamiques, peut apporter une contribution importante à la réalisation des objectifs de développement durable, en particulier dans les domaines de la création d'emplois, des modes de consommation et de production durables et de la préservation des ressources naturelles.

« Les questions telles que les changements climatiques, la gestion efficace des ressources, la réduction de la pauvreté et une croissance inclusive doivent être au cœur du développement du tourisme. Maintenant que les objectifs ont été approuvés, l'heure est venue de redoubler d'efforts et de promouvoir les politiques et les stratégies commerciales propres, d'une part, à contrôler et à réduire au minimum les effets négatifs du développement du tourisme et, d'autre part, à en maximiser les retombées positives, pour en faire profiter les communautés réceptrices » a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb
Rifai.

Les objectifs de développement durable constituent un plan d'action à vocation universelle articulé autour de 17 objectifs, pour l'humanité, la planète et la prospérité de tous les pays, exigeant de toutes les parties prenantes d'agir de concert. Les objectifs de développement durable ont été approuvés par l'Assemblée générale des Nations Unies à sa soixante-dixième session le 25 septembre 2015.

Le tourisme figure dans les objectifs de développement durable en tant que cible pour les objectifs 8, 12 et 14 :

- L'objectif 8, « Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous », prévoit au titre de la cible 8.9 : « D'ici à 2030, élaborer et mettre en œuvre des politiques visant à développer un tourisme durable qui crée des emplois et mette en valeur la culture et les produits locaux ».

- L'objectif 12, « Établir des modes de consommation et de production durables », prévoit au titre de la cible 12.b : « Mettre au point et utiliser des outils de contrôle de l'impact sur le développement durable d'un tourisme durable créateur d'emplois et valorisant la culture et les produits locaux ».

– L'objectif 14, « Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable », prévoit au titre de la cible 14.7 : « D'ici à 2030, faire mieux bénéficier les petits États insulaires en développement et les pays les moins avancés des retombées économiques de l'exploitation durable des ressources marines, notamment grâce à une gestion durable des pêches, de l'aquaculture et du tourisme ».

Informations utiles

Brochure : Tourism and the Sustainable Development Goals (en anglais) Le tourisme et les

objectifs de développement durable sur le site unwto.org

L'OMT conclut un partenariat avec UnionPay International

PR No.: PR15068
28 Sep 15
L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et UnionPay International ont signé un accord de partenariat prévoyant une collaboration dans le domaine de la recherche sur le comportement des consommateurs et consistant à accroître la coopération entre le secteur du tourisme et le secteur financier, à améliorer la compétitivité des destinations touristiques grâce à des services financiers plus performants et à organiser des événements internationaux.

Compte tenu de l'importance de la région Asie-Pacifique, deuxième région la plus visitée au monde et l'une de celles enregistrant la plus forte croissance du tourisme, ce nouvel accord permettra à l'OMT et à UnionPay de fournir de nouvelles clés d'analyse des modes de consommation du tourisme dans la région tout en favorisant un resserrement des liens entre le tourisme et les services financiers, composante essentielle de la compétitivité des destinations.

À l'heure actuelle, les cartes UnionPay sont acceptées à l'intérieur d'un réseau mondial s'étendant à plus de 150 pays et régions, 26 millions de commerces et 1,9 million de distributeurs automatiques de billets. Les plus de cinq milliards de cartes UnionPay en circulation constituent une base large pour l'étude des modes de consommation, et plus précisément du marché émetteur chinois dans lequel UnionPay représente un moyen de paiement privilégié dans le cadre des voyages à l'étranger.

Au nombre des premières activités réalisées en vertu de ce nouvel accord, UnionPay a collaboré avec l'OMT aux fins de la tenue d'une série de manifestations parallèles pendant la vingt et unième session de l'Assemblée générale de l'OMT qui s'est déroulée récemment à Medellín (Colombie), du 12 au 17 septembre 2015.

Contacts :

Programme de communications et publications de l'OMT

Journée mondiale du tourisme – Célébrer le milliard de possibilités offertes par le secteur du tourisme

PR No.: PR15066
24 Sep 15
Avec pour thème « Un milliard de touristes, un milliard de possibilités », la Journée mondiale du tourisme 2015 met en avant l'impact du secteur sur la croissance économique, la création d'emploi et le développement, et souligne le rôle qu'il est susceptible de jouer pour faire progresser le programme de l'après2015.

À cet égard, le Secrétaire général de l'ONU Ban Ki Moon déclare dans son message à l'occasion de la Journée mondiale du tourisme : « Œuvrons ensemble à tirer le plus grand parti possible de l'immense potentiel du tourisme pour l'instauration d'une croissance économique inclusive, la protection de l'environnement et la promotion du développement durable ainsi que d'une vie de dignité pour tous ».

Le tourisme, qui a connu cinq années consécutives de croissance, est un secteur ayant grandement contribué à la reprise économique par la création d'emplois et de possibilités pour des communautés de nombreuses régions du monde. Avec l'augmentation de 4% du nombre d'arrivées de touristes internationaux au cours du premier semestre 2015, le secteur poursuit sa trajectoire positive qui, d'après les estimations, devrait lui permettre d'atteindre 1,8 milliard de touristes internationaux d'ici l'année 2030.

« Chaque fois que nous voyageons, nous participons à une dynamique mondiale capable de favoriser le développement inclusif, de créer des emplois et de bâtir les sociétés durables que nous souhaitons pour notre avenir, » a dit Taleb Rifai, secrétaire général de l'OMT. « Cette dynamique contribue également à l'édification d'une meilleure compréhension mutuelle et à la protection de notre patrimoine naturel et culturel commun », a-t-il ajouté.

Protéger le patrimoine culturel et naturel

Véritable force de transformation, le tourisme fournit des moyens de subsistance et aide à réduire la pauvreté, améliorant les conditions de vie de millions de personnes. À l'heure actuelle, le tourisme international apporte une part de 1,5 milliard de dollars au commerce mondial et représente 30% des exportations de services à l'échelle mondiale, proportion qui atteint 45% dans les pays les moins avancés (PMA). Le tourisme joue également un rôle essentiel pour favoriser l'entente interculturelle et contribuer à la protection du patrimoine culturel et naturel.

Ce phénomène acquiert une importance toute particulière alors que la communauté internationale se dispose à adopter le programme de l'après-2015 et ses objectifs de développement durable (ODD), lesquels ont identifié le tourisme comme un secteur qui « crée des emplois et fait la promotion des cultures et produits locaux ».

La Journée mondiale du tourisme est célébrée chaque année le 27 septembre, depuis 1980. Cette date coïncide avec l'adoption des statuts de l'OMT le 27 septembre 1970.

Dans le cadre de la campagne de cette année sur la Journée mondiale du tourisme, l'OMT vous invite tous à participer sur Instagram, en partageant des images illustrant le potentiel de transformation que détient le tourisme.

Rejoignez la conversation #1billiontourists

Liens utiles :

Site web de la campagne mondiale 2015 sur la Journée mondiale du tourisme

Suivez les événements de la Journée mondiale du tourisme dans toutes les régions du monde

Rencontrez les personnes qui font du tourisme un secteur porteur de possibilités

Les pays de l'Afrique de l'Est s'engagent à développer la coopération régionale en matière de tourisme

PR No.: 15055
25 Aug 15
Le premier Forum de l'OMT sur le développement du tourisme en Afrique de l'Est a réuni des Ministres et des acteurs du tourisme de l'Afrique de l'Est et des îles Vanille pour qu'ils réfléchissent à des moyens de renforcer la coopération régionale (Mombasa, Kenya, 20-22 août 2015).

Organisé dans le souci de libérer le potentiel touristique qu'offre l'Afrique de l'Est, le premier Forum de l'OMT sur le développement du tourisme en Afrique de l'Est a réuni des cadres et des acteurs du tourisme régional afin qu'ils étudient des pistes pour optimiser le développement du tourisme durable grâce à la collaboration régionale.

En ouverture du Forum, le vice-président de la République du Kenya, William Samoei Ruto, a déclaré : « Le tourisme constitue un élément clé de l'économie de l'Afrique de l'Est et un volet important de notre destin commun. Pour nous, le plus grand défi à relever est d'œuvrer ensemble à améliorer sous chaque aspect l'expérience que nous donnons à vivre à nos visiteurs, depuis leur arrivée à l'aéroport, leurs déplacements dans nos pays et entre eux, l'hébergement et les installations qu'ils y trouvent, et leur accessibilité pour toutes les tranches de revenu. Nous sommes meilleurs, plus forts et plus attrayants collectivement que séparément. Le Forum nous donne l'occasion de

comparer les notes que nous obtenons concernant notre offre, nos programmes et nos aspirations par rapport au développement du tourisme dans notre région. »

« L'OMT reste très confiante dans la capacité de la Communauté de l'Afrique de l'Est de se positionner comme une grande destination touristique en mettant sur pied une offre commune qui soit séduisante et hautement compétitive, » a expliqué le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai. « Je tiens à saluer l'instauration du visa touristique pour l'Afrique de l'Est, qui permet de voyager entre le Kenya, le Rwanda et l'Ouganda, tout en stimulant le tourisme régional et en créant pour les touristes de nouvelles possibilités d'explorer la diversité des multiples destinations qu'abrite notre région. »

Phyllis Kandie, Ministre des affaires est-africaines, du commerce et du tourisme du Kenya, a affirmé : « En déployant des efforts et en travaillant ensemble pour régler les problèmes de la compétitivité, du positionnement de notre destination au niveau global et de notre réponse aux défis environnementaux, nous aurons l'assurance que l'Afrique de l'Est et, naturellement, tout le continent africain, obtiennent une juste part de la clientèle touristique. Plus important, nous devons garder en tête que nous ne sommes pas concurrents. Nous ne formons qu'un peuple avec un destin commun. Montrons-nous à la hauteur de cet enjeu. »

Au côté de Mme Kandie ont également participé au Forum les Ministres du tourisme africain des Seychelles, du Soudan et de l'Ouganda, ainsi que des hauts fonctionnaires du Ministère tanzanien du tourisme. Se sont joints à eux des hauts représentants de l'Association des compagnies aériennes africaines (AFRAA), de la Communauté de l'Afrique de l'Est (CAE), de l'International Air transport Association (IATA) et de Kenya Airways. Les participants au Forum ont mis l'accent sur la nécessité d'adopter des cadres institutionnels et des mesures stratégiques communs pour doper la croissance du tourisme à travers l'Afrique de l'Est, notamment de produire une image positive de l'Afrique de l'Est en tant que destination, en définissant des politiques régionales dans les domaines du marketing et de la promotion du développement de produits et de la facilitation des déplacements (assouplissement du régime des visas et connectivité).

Lors d'une réunion tenue à l'occasion du Forum, les Ministres ont dessiné les contours d'un futur agenda du tourisme en Afrique de l'Est. Cet agenda comprendra la signature d'accords sur les priorités régionales et des mesures concrètes de coopération. Les Ministres ont aussi convenu d'œuvrer à ce que le tourisme ait davantage sa place dans l'agenda de l'Union africaine et rappelé que le tourisme peut apporter une contribution essentielle à la concrétisation des objectifs que sont la paix et le développement en Afrique.

Note à la rédaction :

En 2014, l'Afrique a accueilli 56 millions de touristes internationaux, ce qui représente une hausse de 2 % par rapport à 2013 et un montant de 34 milliards de dollars EU à l'exportation (soit 7 % du total des exportations en Afrique). Les 20 prochaines années laissent clairement présager une poursuite de la croissance du tourisme sur le continent. Selon les prévisions de l'OMT, l'Afrique recevra en effet 134 millions de touristes en 2030.

Liens utiles :

Programme régional de l'OMT pour l'Afrique

Forum de l'OMT sur le développement du tourisme en Afrique de l'Est

La marque Afrique – les partenariats sont essentiels au renforcement de la valeur de la marque de l'Afrique

PR No.: 15054
20 Aug 15
La Conférence régionale de l'OMT sur le thème « Renforcer la marque Afrique – Favoriser le développement du tourisme » s'est achevée par un appel à une accentuation de la coopération régionale et à multiplication des partenariats pour renforcer la valeur de la marque de l'Afrique (Accra, Ghana 17-19 août 2015).

La Conférence, accueillie par le gouvernement du Ghana, a été inaugurée par le Président ghanéen, M. John Dramani Mahama, qui a souligné l'importance que l'Afrique accorde au potentiel offert par le tourisme pour accélérer le développement économique du continent. « Pour nous, au Ghana, le tourisme constitue une source de devises capitale et représente aujourd'hui 4,7 % de notre PIB », a-t-il déclaré. « Grâce à diverses stratégies, le Ghana a réussi à atteindre le cap d'un million d'arrivées de touristes, et nous nous employons à accroître la fréquentation ainsi que les recettes touristiques. Actuellement, le tourisme est le quatrième des secteurs qui rapportent le plus à l'économie nationale derrière le cacao, l'or, le pétrole et le gaz »

Concernant la question de l'image de la région, le Président Mahama a insisté sur la nécessité de changer la perception que l'on a de l'Afrique et de trouver de nouvelles façons de la raconter. « Il faut dépasser la perception négative qui s'est bâtie au fil des années. L'Afrique n'est pas un pays, mais un ensemble de 54 pays différents. L'Afrique est le continent dont la population a crû le plus vite. Six pays font partie des dix économies les plus florissantes du monde. Il y a en Afrique plus de téléphones mobiles que dans toute l'Europe et l'Amérique réunies. Et ce continent possède beaucoup plus d'atouts que nous pouvons vendre à la planète. Si nous savons présenter le produit Afrique, les médias internationaux répondront », a-t-il ajouté.

« Il est extrêmement regrettable que beaucoup de côtés positifs de l'Afrique ne fassent pas les gros titres », a déploré le Secrétaire général de au moment d'inaugurer la Conférence avec le Président Mahama, la Ministre du tourisme, de la culture et des arts créatifs du Ghana, Mme. Elizabeth Ofosu-Adjare, et le maire d'Accra, M. Alfred Oko Vanderpuije. « Nous entendons rarement parler des économies les plus en pointe de l'Afrique, des découvertes médicales qui s'y font, ou des mutations

engendrées par les nouvelles technologies dans les industries et sociétés du continent. Cette absence représente une énorme lacune dans l'histoire de l'Afrique. Ne pas raconter cette histoire au complet, c'est appauvrir notre vision de la réalité africaine. »

Zain Asher, présentateur de « Newsroom » à CNN International et de « CNN Marketplace Africa », a rappelé que les touristes internationaux qui visitent l'Afrique viennent de l'Afrique et que l'Afrique doit « s'approprier sa propre histoire ».

La Conférence a abouti, entre autres, à la conclusion qu'il y a nécessité, pour les destinations de l'Afrique :

1. de « s'approprier leur histoire » ;
2. d'engager la société civile, notamment les femmes et les jeunes, à faire passer « de nouveaux messages » ;
3. de maîtriser la technologie et les médias sociaux (la campagne « L'Afrique que les médias ne vous montrent jamais » a été citée en exemple) ;
4. de créer marques nationales fortes comme base de la marque Afrique ;
5. de développer la coopération régionale dans des domaines comme les visas et les liaisons aériennes ;
6. de conclure des partenariats avec les médias, la société civile et le secteur privé en étant conscientes du nouveau rôle joué par les organismes de marketing des destinations en tant que « relais » des histoires des habitants ;
7. d'investir dans la préparation aux crises dans le domaine des communications ;
8. de continuer de renforcer les capacités en matière de communications et de marketing.

Ont participé à la rencontre les Ministres du tourisme du Burkina Faso, du Cameroun, des Seychelles, du Zimbabwe et du Ghana, le représentant de l'Union africaine, et des représentants des secteurs public et privé de plus de 40 pays.

À cette occasion, le Président Mahama s'est vu remettre la lettre ouverte de l'OMT/WTTC sur les voyages et le tourisme, qui a pour objet d'obtenir le soutien de chefs d'État et de gouvernement du monde entier pour promouvoir la contribution que le secteur peut apporter au développement socioéconomique. Depuis son lancement en 2011, la lettre ouverte a été remise à 74 chefs d'État et de gouvernement.

Les conclusions de la Conférence, dont CNN International et Ethiopian Airlines étaient partenaires, seront communiquées au cours de la 57e réunion de la Commission de l'OMT pour l'Afrique où se

retrouveront les Ministres africains du tourisme dans le cadre de la 21e Assemblée générale de l'OMT qui se tiendra en Colombie du 14 au 17 septembre.

Liens utiles :

Conférence régionale de l'OMT : Renforcer la marque Afrique et favoriser le développement du tourisme

Lettre ouverte de l'OMT/WTTC sur les voyages et le tourisme

http://media.unwto.org/fr/press-release/2015-09-25/journee-mondiale-dutourisme-celebrer-le-milliard-de-possibilites-offertes-

La conférence de l'OMT étudie de nouveaux moyens pour promouvoir la marque Afrique

PR No.: PR15051
10 Aug 15
La conférence régionale de l'OMT sur le thème Renforcer la marque Afrique – Favoriser le développement du tourisme, rassemblera un grand nombre d'intervenants spécialistes du tourisme en Afrique afin d'étudier la manière de renforcer l'image de marque de l'Afrique et faire de ce continent une destination touristique (Accra, Ghana, 17-19 août 2015).

Le tourisme est l'un des secteurs économiques les plus prometteurs de l'Afrique, mais sa capacité à contribuer pleinement à un développement inclusif et durable sur tout le continent est souvent contrariée par les images négatives que l'on a et par la généralisation des crises dans certaines régions. De même, l'opinion mondiale ignore trop souvent les nombreux exemples de réussite qui existent en Afrique, ce qui nuit là encore à l'image de la région.

C'est dans ce contexte que se tiendra la prochaine conférence de l'OMT sur le thème Renforcer la marque Afrique – Favoriser le développement du tourisme, qui rassemblera un grand nombre d'intervenants des secteurs public et privé du tourisme, des médias et de la communication, et d'autres domaines connexes pour:

- Analyser la situation de la marque Afrique et son impact sur le tourisme dans la région
- Déterminer quelles sont les principales difficultés auxquelles se heurte la marque Afrique et celle des pays africains
- Echanger des données d'expérience concernant l'image de marque nationale et l'image de marque du tourisme
- Etudier la manière dont les destinations africaines peuvent contribuer à créer une image de marque forte sur un marché de plus en plus compétitif et dans un environnement économique en constante évolution

- Créer des synergies entre les pays africains pour qu'ils coopèrent davantage et favorisent la promotion et le positionnement d'une image de marque commune du tourisme africain.

La conférence sera ouverte par S. E. M. John Dramani Mahama, Président de la République du Ghana. Parmi les orateurs dont la présence à Accra (Ghana) est confirmée, figurent les ministres du tourisme du Ghana, du Cameroun, de la Namibie, des Seychelles et du Zimbabwe; le PDG d'Ethiopian Airlines, Tewolde Gebre Mariam; et Zain Asher, de CNN International, le partenaire médias de la conférence, qui prononcera un discours sur le thème : « Qu'est-ce que la marque Afrique ? »

Liens utiles :

Document d'information de l'OMT : Étude de l'OMT sur la valeur économique du tourisme d'observation de la faune en Afrique Programme régional de l'OMT pour l'Afrique

L'OMT se félicite de la décision chinoise de faire du tourisme un instrument de lutte contre la pauvreté

PR No.: 15050
04 Aug 15
L'OMT se réjouit de la décision prise récemment par l'administration nationale chinoise du tourisme (CNTA) et le Bureau du Groupe pilote chargé de la réduction de la pauvreté et du développement du Conseil des affaires de l'État chinois de promouvoir le tourisme rural comme moyen efficace de combattre la pauvreté.

Lors d'une rencontre récente avec les autorités chinoises responsables du tourisme, le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, s'est félicité de la reconnaissance continue, par la Chine, du tourisme comme instrument efficace au service du développement ainsi que de l'attention particulière que ce pays accorde au tourisme rural. D'après M. Rifai, « Le tourisme a toutes chances de contribuer au développement rural car c'est un secteur à forte intensité de maind'œuvre offrant un large éventail de possibilités pour l'emploi et pour la création d'entreprise, dans des domaines où les autres activités économiques sont souvent limitées ou en perte de vitesse. De plus, c'est localement que le tourisme offre ces possibilités, ce qui aide à enrayer l'exode rural ».

Les données fournies par les autorités chinoises responsables du tourisme montrent qu'entre 2011 et 2014, le tourisme a permis de faire sortir de la pauvreté plus de 10 millions de personnes, soit 10 % des populations démunies. Compte tenu de cet impact, les autorités chinoises sont en train de lancer, au titre du treizième plan quinquennal chinois, un plan de développement du tourisme d'ampleur nationale afin d'extraire de la pauvreté, d'ici 2020, 17 % des populations démunies du pays.

L'administration nationale chinoise du tourisme (CNTA) et le Bureau du Groupe pilote chargé de la réduction de la pauvreté et du développement du Conseil des affaires de l'État chinois comptent que d'ici 2020, trois millions d'entreprises de tourisme rural recevront deux milliards de visiteurs annuels, faisant sortir de la pauvreté deux millions d'habitants des zones rurales chinoises chaque année. Les recettes totales engendrées s'élèveraient, selon les estimations, à plus de mille milliards de yuan (RMB) (l'équivalent de 160 milliards d'USD ou de 150 milliards d'EUR), au profit de 50 millions d'habitants des zones rurales.

En dépit de ses vastes retombées socioéconomiques et alors qu'il a été identifié par la moitié des pays les moins avancés (PMA) de la planète comme instrument prioritaire pour faire reculer la pauvreté, le tourisme reste peu valorisé en tant qu'outil de développement. Dans ce contexte, l'OMT a lancé récemment un appel en faveur d'une augmentation des financements alloués au tourisme pour le développement à l'occasion de la troisième Conférence internationale sur le financement du développement.

« 2015 est l'année pour agir. L'adoption attendue prochainement d'un nouveau programme de développement durable représente une occasion incomparable à saisir de relever le niveau de l'assistance dans le tourisme, pour pouvoir exploiter plus à fond le vaste potentiel qu'a le secteur de stimuler une croissance verte et un développement inclusif dans le monde entier, et particulièrement dans les pays qui en ont le plus besoin » a enjoint M. Rifai.

Maximiser la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté est l'une des priorités et l'un des principaux domaines de travail de l'OMT. De plus, l'Initiative de l'OMT Tourisme durable - élimination de la pauvreté (ST-EP) soutient les activités de tourisme contribuant spécifiquement au développement et créant des emplois pour les personnes vivant avec moins de 1 dollar par jour.

Liens utiles :

Programme régional de l'OMT pour l'Asie et le Pacifique

Programme de l'OMT Coopération technique et services

Tourisme durable - élimination de la pauvreté (ST-EP)

Communiqué de presse : L'OMT recommande un financement plus important du tourisme au titre de la coopération au développement

À télécharger et à partager : Tourism – Driving Trade, Fostering Development and Connecting People (en anglais)

L'OMT recommande un financement plus important du tourisme au titre de la coopération au développement

PR No.: 15049
15 Jul 15

En dépit de ses vastes retombées socioéconomiques, le tourisme continue de recevoir une attention marginale comme outil de développement. À l'occasion de la Troisième Conférence internationale sur le financement du développement [Addis-Abeba (Éthiopie), 13-16 juillet], l'OMT recommande de faire une plus grande place au tourisme dans les flux internationaux de financement du développement, afin de porter à son maximum la contribution du secteur au développement durable partout dans le monde.

Le tourisme est sous-représenté dans les flux de financement international du développement, ce qui constitue un obstacle critique à surmonter pour exploiter pleinement le potentiel du secteur de contribuer au développement. Activité économique à fort impact, gros pourvoyeur d'emplois et important secteur d'exportation représentant 6 % de l'ensemble du commerce mondial, le tourisme reçoit pourtant 0,78 % seulement du total des fonds versés au titre de l'Aide pour le commerce et juste 0,097 % du total de l'aide publique au développement (APD)[1].

Alors que les dirigeants mondiaux se réunissent pour la Troisième Conférence internationale sur le financement du développement, le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, a rappelé que le tourisme a été défini par la moitié des pays les moins avancés (PMA) de la planète comme un instrument prioritaire pour faire reculer la pauvreté.

« Dans un nombre croissant de pays en développement, le tourisme est synonyme d'emploi, d'élimination de la pauvreté, de développement communautaire et de protection du patrimoine naturel et culturel. Toutefois, si l'on veut maximiser la contribution du tourisme à la réalisation des objectifs de développement, il est vital de combler l'écart entre, d'une part, la capacité du secteur de stimuler le développement et, d'autre part, le rang de priorité peu élevé qui lui est accordé à ce jour en termes de soutien financier dans le programme de coopération au développement » a déclaré
M. Rifai.

La nature transversale du tourisme et ses liens multiples avec d'autres secteurs économiques le mettent en position d'avoir de réels effets multiplicateurs dans les stratégies de développement à l'échelle mondiale. En effet, le tourisme constitue souvent l'une des rares possibilités concurrentielles, pour les pays en développement, de participer à l'économie mondiale. C'est un secteur crucial pour les PMA : en 2013, les 49 PMA ont reçu 24 millions de visiteurs internationaux qui passent la nuit et engrangé 18 milliards d'USD de recettes du tourisme international – c'est 8 % des exportations totales de biens et de services des PMA, voire 12 % dans les PMA non exportateurs de pétrole. Le tourisme a d'ailleurs contribué pour beaucoup à ce que le Botswana, les Maldives et Cabo Verde s'affranchissent du statut de PMA qui était le leur.

« 2015 est l'année pour agir. L'adoption attendue prochainement d'un nouveau programme de développement durable représente une occasion incomparable à saisir de relever le niveau de l'assistance dans le tourisme, pour pouvoir exploiter plus à fond le vaste potentiel qu'a le secteur de stimuler une croissance verte et un développement inclusif dans le monde entier, et particulièrement dans les pays qui en ont le plus besoin » a conclu M. Rifai.

Le tourisme bénéficie ces dernières années d'une meilleure reconnaissance de la capacité et du potentiel qu'il détient d'être un moteur du développement durable. Ainsi, il a été identifié par la moitié des PMA de la planète comme un instrument prioritaire pour lutter contre la pauvreté et c'est aussi l'un des six programmes initiaux du Cadre décennal de programmation concernant les modes de consommation et de production durables, lequel a été conçu pour accélérer le passage à des modes de consommation et de production durables à travers le monde. Cependant, la part du financement du développement allouée au tourisme demeure à un niveau relativement bas.

Note aux rédactions

En 2014, les pays émergents et en développement ont reçu 513 millions de touristes internationaux, soit 45 % du total des arrivées de touristes internationaux dans le monde, contre 38 % en 2000. L'OMT prévoit que la part de ces pays dépassera celle des économies avancées dans les prochaines années, pour atteindre 57 % d'ici 2030.

Liens utiles :

À télécharger et à partager : Tourism – Driving Trade, Fostering Development and Connecting People (en anglais)

Guide de l'OMT et de la Direction générale du développement et de la coopération de la Commission européenne « Un tourisme durable pour le développement » (disponible en anglais et en français)

Troisième Conférence internationale sur le financement du développement

Infographie: pourquoi le tourisme compte

Communiqué de presse: Le tourisme reconnu comme un secteur clé qui peut peser lourdement dans l'Aide pour le commerce

Communiqué de presse: L'OMT réclame un soutien accru en faveur du tourisme dans le programme pour le développement

L'OMT et le Basque Culinary Center organisent le Premier Forum mondial sur le tourisme de gastronomie

PR No.: 15028
13 Apr 15
La gastronomie et le tourisme sont des alliés naturels qui se renforcent mutuellement. Les nombreux liens entre gastronomie et tourisme et la perspective d'une coopération plus étroite

entre ces deux secteurs seront examinés lors du Premier Forum mondial de l'OMT sur le tourisme de gastronomie, organisé conjointement par l'OMT et le Basque Culinary Center (Donostia/Saint-Sébastien [Espagne], 27-28 avril 2015).

Le Premier Forum mondial de l'OMT sur le tourisme de gastronomie constituera une plateforme précieuse pour partager les expériences, mieux faire connaître le tourisme de gastronomie et apprendre à gérer de façon efficace ce segment du tourisme en pleine expansion à travers le monde.

Des sujets aussi variés que le tourisme de gastronomie, les tendances actuelles et les liens entre gastronomie et stratégie de marque dans le tourisme seront débattus en présence d'experts internationaux tels que le Directeur exécutif de la World Food Travel Association Erik Wolf, et le célèbre chef espagnol Pedro Subijana.

La manifestation accueillera également de nombreux ateliers au cours desquels les participants pourront interagir étroitement avec des professionnels de la restauration et du tourisme venus des quatre coins du monde, mais aussi se documenter sur divers sujets tels que l'image de marque, les stratégies ou encore les facteurs clés de réussite pour les destinations touristiques gastronomiques.

« La découverte de la cuisine locale est devenue un élément essentiel du voyage et, à ce titre, la gastronomie constitue une véritable opportunité pour enrichir l'offre touristique et stimuler le développement économique de diverses destinations à travers le monde, notamment en milieu rural. Je suis sûr que ce Forum renforcera la capacité du tourisme gastronomique à créer des emplois au niveau local et à stimuler un regain d'intérêt pour le patrimoine culturel traditionnel », a déclaré le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

Le secrétaire d'État espagnole au Tourisme, Isabel Borrego, appelle à une participation accrue à cet événement important, dans la mesure où l'Espagne est un pays qui se savoure, avec ses nombreuses et délicieuses spécialités régionales. Les « tapas », les « pintxos », certains des meilleurs vins au monde et une cuisine d'avant-garde ont fait de l'Espagne l'une des premières destinations au monde pour le tourisme gastronomique.

Mme Borrego rappelle également que la diète espagnole s'inscrit pleinement dans la diète méditerranéenne, laquelle est inscrite depuis 2013 sur la Liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité, combinant nutrition et d'autres facteurs liés à la culture méditerranéenne.

Le Premier Forum mondial sur le tourisme de gastronomie est organisé conjointement par l'OMT et son Membre affilié, le Basque Culinary Center, première Faculté des sciences gastronomiques d'Espagne, qui comprend également un Centre de recherche et d'innovation sur l'alimentation, la science gastronomique et l'entreprenariat, en collaboration avec Basquetour, le Conseil provincial de Gipuzkoa et la ville de Donostia/Saint-Sébastien.

Pour de plus amples renseignements et/ou des informations sur les inscriptions, visiter le site
http://www.culinary-tourism.com

Liens utiles :

Premier Forum mondial de l'OMT sur le tourisme de gastronomie Rapport mondial de l'OMT sur le tourisme gastronomique La gastronomie espagnole

Téléchargez l'application de la conférence :

iOS Android

Le tourisme, une priorité nationale pour le Honduras

PR No.: 15025
01 Apr 15
Le Honduras a rejoint les plus de 70 pays qui se sont engagés à soutenir le secteur des voyages et du tourisme pour promouvoir une croissance et un développement solidaires. Au cours d'une visite officielle du Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, le Président Juan Orlando Hernández a reçu la Lettre ouverte sur les voyages et le tourisme, une initiative conjointe de l'OMT et du Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC) pour que les chefs d'État et de gouvernement s'engagent publiquement à adopter des politiques visant à faire du tourisme un vecteur du développement.

Il est essentiel d'octroyer au tourisme le plus haut soutien politique pour asseoir son poids dans les décisions nationales sur l'économie et le développement. Le Honduras est le 73e pays à avoir reçu la Lettre ouverte sur les voyages et le tourisme.

Dans le cadre d'une visite officielle de quatre jours au Honduras, le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, a présenté la Lettre ouverte sur les voyages et le tourisme au Président Juan Orlando Hernández qui a saisi cette occasion pour confirmer l'importance du tourisme « en tant que priorité nationale pour le Honduras » et remercier l'OMT de soutenir les efforts du pays pour stimuler, par le biais du tourisme, son intégration dans l'économie internationale.

« Placer le tourisme parmi les priorités de votre programme d'action constitue une décision très importante et avisée » a affirmé M. Rifai avant d'ajouter : « L'offre touristique hondurienne, riche et diversifiée, intéresse de nombreux segments de marché ; j'ai constaté l'existence de plusieurs projets qui vont clairement dans le sens d'un développement touristique durable et responsable ».

David Scowsill, le Président et Directeur général du WTTC, a rappelé quant à lui que « les voyages et le tourisme ont contribué, à hauteur de 15,9%, à l'économie du Honduras en 2014, et cette part devrait s'accroître de près de 6% par an pendant la prochaine décennie. Le parti pris par le gouvernement en faveur du secteur permettra au pays d'accroître le nombre de ses visiteurs, des dépenses de ceux-ci et des emplois ».

M. Rifai a également souligné que « Le Honduras doit être considéré comme un connecteur entre le nord et le sud, entre les différentes cultures de l'Amérique centrale et comme faisant partie de ce vaste continent où se rejoignent toutes les Amériques ».

Le voyage officiel du Secrétaire général de l'OMT au Honduras, où il a été accueilli par le Directeur de l'Institut hondurien du tourisme (IHT), Emilio Silvestri, prévoyait également la visite de divers projets et initiatives de développement touristique comme les sites archéologiques maya de Copán, la ville coloniale de Gracias et la ville caribéenne de Roatán qui hébergera le premier Observatoire mondial du tourisme durable de l'OMT aux Amériques.

À l'occasion de cette visite, douze sociétés et associations touristiques honduriennes ont signé l'Engagement du secteur privé envers le Code mondial d'éthique du tourisme et promis par conséquent d'en appliquer et promouvoir les principes éthiques dans leurs politiques et activités, réaffirmant par là que le Honduras reconnaît l'importance sociale, culturelle et économique du tourisme.

En 2014, le Honduras a reçu 885 000 touristes internationaux, 2,6% de plus qu'en 2013.

Liens utiles :

Lettre ouverte de l'OMT et du WTTC sur les voyages et le tourisme

Programme régional de l'OMT pour les Amériques

Observatoires mondiaux du tourisme durable

Engagement du secteur privé envers le Code mondial d'éthique du tourisme

WTTC

ITB 2015 : les révolutions des voyages et des technologies, au cœur de l'intervention du Secrétaire général de l'OMT

PR No.: 15018
03 Mar 15
Dans son allocution d'ouverture du salon ITB 2015, le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, a mis l'accent sur la façon dont les nouvelles technologies changent la société et remodèlent le secteur du tourisme, déplaçant le curseur des pouvoirs publics et des entreprises vers le citoyen et le consommateur. M. Rifai a rappelé que la force s'accompagne de responsabilités et souligné que le tourisme peut permettre de vaincre les préjugés dans un monde souvent divisé [ITB de Berlin (Allemagne), le 3 mars 2015].

Le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, qui s'exprimait lors de l'ouverture du salon ITB de Berlin, a mis en relief la façon dont les révolutions des voyages et des technologies façonnent notre société et les changements que les technologies produisent dans le secteur du tourisme. Sur ce dernier point, il a dégagé trois grandes tendances : l'apparition de nouveaux modèles commerciaux, la nécessaire responsabilisation et l'impératif que représente la responsabilité partagée.

« La consommation collaborative se traduit par de nouveaux modèles d'affaires, à mesure que les particuliers arrivent à tirer un profit du fait de partager ce qui est à eux, qu'il s'agisse de leur véhicule, d'un bien immobilier ou de compétences qu'ils possèdent. L'innovation est toujours une bonne chose, mais nous devons également souligner la nécessité pour le secteur de trouver des solutions novatrices pour protéger les droits des consommateurs et maintenir les normes de qualité ; il faut aussi assurer que toutes les entreprises soient en concurrence sur les mêmes bases pour développer leur activité », a déclaré M. Rifai.

Les nouvelles plateformes numériques qui connectent directement les consommateurs aux entreprises et aux destinations viennent aussi changer la donne. Il est de plus en plus facile d'entrer en contact avec les consommateurs, lesquels ont pour leur part accès à plus d'informations et plus de possibilités de donner leur avis : « Aujourd'hui, les consommateurs peuvent dénoncer des pratiques contraires à l'éthique aussi bien qu'être les meilleurs ambassadeurs de belles expériences », a fait observer M. Rifai. « Au-delà des mots ou des slogans, les destinations et les entreprises doivent trouver des façons de s'adapter et de se forger leur marque par des actions concrètes et appropriées ».

« La puissance que confèrent les technologies induit aussi une responsabilité accrue – une responsabilité partagée, envers la planète et envers les gens » a prévenu M. Rifai.

« Les touristes sont plus d'un milliard à voyager par-delà les frontières internationales chaque année. Je suis convaincu que c'est un mouvement synonyme d'espoir, d'occasions de bâtir un monde meilleur, un monde de respect et de compréhension, car il est impossible d'haïr celui qui offre son hospitalité. Nous faisons partie d'une force bien plus vaste, une force de transformation qui peut apporter de vrais changements dans le monde ; à nous de nous en emparer et d'agir de manière responsable » a conclu M. Rifai.

En 2014, le tourisme international a de nouveau fait mieux que prévu. Avec un taux de croissance de 4,7 %, il a battu un nouveau record avec 1 milliard 138 millions de touristes voyageant de par le monde en l'espace d'une seule année. Le tourisme a été porteur de bonnes nouvelles dans un contexte marqué par une reprise économique mondiale lente et inégale et par des défis géopolitiques.

Liens utiles :

Intégralité du discours d'ouverture du Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai (tel que préparé avant le prononcé) Activités de l'OMT à l'ITB

Le développement du tourisme en Afrique menacé par la criminalité liée aux espèces sauvages

PR No.: 15017
03 Mar 15
Le tourisme d'observation de la faune est l'un des principaux segments touristiques en Afrique, selon une nouvelle étude de l'OMT publiée à l'occasion de la Journée mondiale de la vie sauvage. Alors que le tourisme offre des perspectives de croissance pour tous sur l'ensemble du continent, le document souligne que le braconnage et le commerce illicite d'espèces sauvages représentent de sérieuses menaces pour l'avenir du développement socioéconomique en Afrique.

Dans une optique visant à soutenir les efforts internationaux entrepris dans la lutte contre le braconnage, qui a atteint des niveaux sans précédent, et pour renforcer le rôle du tourisme face à la criminalité liée aux espèces sauvages, l'OMT s'engage dans une nouvelle voie : améliorer l'état des connaissances sur la valeur économique de l'observation de la faune en Afrique. Le rapport, intitulé Towards Measuring the Economic Value of Wildlife Watching Tourism in Africa, (Vers une mesure de la valeur économique du tourisme d'observation de la faune en Afrique), fournit une première vue d'ensemble de ce segment, de son impact économique et de l'engagement actuel du secteur touristique en faveur des mesures anti-braconnage.

« Non seulement le braconnage détruit de précieux écosystèmes, mais il menace sérieusement le développement socio-économique. La perte de biodiversité entraîne directement une perte d'opportunités de développement pour le secteur du tourisme en Afrique, qui assure la subsistance de millions de personnes », a expliqué le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, dans son message à l'occasion de la Journée mondiale de la vie sauvage.

Pour sa part, le Secrétaire général de l'ONU Ban Ki-moon a déclaré : « Le commerce illégal d'espèces sauvages met à mal l'état de droit et menace la sécurité nationale. Il fragilise les écosystèmes et constitue un obstacle majeur aux efforts déployés par les communautés rurales et les populations indigènes pour gérer durablement leurs ressources naturelles. »

D'après l'étude, l'observation de la faune représente 80 % des ventes annuelles de voyages en Afrique, les safaris constituant le produit le plus populaire. Les espèces les plus menacées par le braconnage, telles que les éléphants et les rhinocéros, figurent parmi les plus appréciées lors des circuits d'observation de la faune.

L'étude met également en lumière l'importance économique du tourisme lié à l'observation de la faune. En plus de générer de précieux revenus dans les zones protégées grâce aux taxes d'entrée, un circuit classique d'observation de la faune coûte en moyenne 433 US$ et occasionne 55 US$ de dépenses diverses par personne et par jour. Par ailleurs, les circuits comprennent souvent d'autres services sur place tels que l'hébergement, le transport, le guide touristique et des événements culturels, générant des opportunités d'emploi non négligeables pour la population locale.

Les autorités touristiques ne sont que faiblement engagées dans la lutte contre le braconnage et l'étude fait remarquer que la marge de progression dans ce domaine est importante. Environ 50 % des voyagistes ayant participé à l'étude financent des initiatives anti-braconnage et/ou participent à des projets de conservation de la nature. Mais pour l'heure, seuls peu d'entre eux mènent une démarche proactive afin d'informer et d'engager leurs clients sur cette problématique.

« Vu son importance économique, le secteur du tourisme peut et doit jouer un rôle clé afin de sensibiliser les responsables politiques et les touristes sur les impacts dévastateurs de la criminalité liée aux espèces sauvages. Il doit également participer au financement des initiatives anti-braconnage. L'OMT reste en première ligne pour mobiliser la communauté touristique internationale sur cette problématique critique, qui exige une action immédiate de notre part », a ajouté M. Rifai.

Afin de faire progresser les connaissances sur l'importance économique de l'observation de la faune et sa capacité à contribuer directement aux efforts de conservation, l'étude préconise un certain nombre d'actions aux autorités touristiques nationales, notamment : une participation plus active aux initiatives anti-braconnage, l'intégration et l'évaluation systématique des données disponibles et le renforcement des capacités pour assurer un contrôle plus homogène des visiteurs et des recettes dans les zones protégées.

L'étude Towards Measuring the Economic Value of Wildlife Watching Tourism in Africa s'appuie sur une enquête conduite auprès de 48 autorités africaines de tourisme et de conservation situées dans 31 pays et de 145 voyagistes internationaux et africains. Cette enquête a été enrichie de statistiques, d'études de cas et d'entretiens approfondis effectués auprès des gouvernements et d'organisations internationales.

Note aux rédactions :

Le tourisme d'observation de la faune concerne exclusivement des formes non consommatrices d'activité autour des espèces sauvages, comme le fait d'observer et, éventuellement, de toucher ou nourrir des animaux, par opposition aux formes consommatrices telles que la chasse ou la pêche.

Le document Towards Measuring the Economic Value of Wildlife Watching Tourism in Africa, préparé par l'OMT avec le concours de la Convention sur la conservation des espèces migratrices appartenant à la faune (CMS), a été publié le 3 mars à l'occasion de la deuxième édition de la Journée mondiale de la vie sauvage.

Liens utiles :

Étude de l'OMT sur la valeur économique du tourisme d'observation de la faune en Afrique

Message du Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, à l'occasion de la Journée mondiale de la de la vie sauvage 2015

Communiqué de presse : L'OMT, l'ONUDC et des ministres africains du tourisme, unis pour combattre la criminalité liée aux espèces sauvages

Programme de l'OMT sur le développement durable du tourisme

Programme régional de l'OMT pour l'Afrique

Journée mondiale de la vie sauvage

Comprendre le tourisme : Glossaire de base

Comprendre le tourisme : Glossaire de base

Ce glossaire a été élaboré grâce au travail déployé par la communauté internationale pour définir un nouveau cadre conceptuel d'évaluation et d'analyse de l'économie touristique, travail qui a duré presque trois ans (2005/2007). Le consensus qui en est résulté sur le plan international s'est traduit par les Recommandations internationales, approuvées par les Nations Unies, qui établissent les concepts, les définitions, les classifications et l'ensemble de données et indicateurs de base qui devraient faire partie de n'importe quel système national de statistiques du tourisme.

Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques.

Le tourisme a donc des répercussions sur l'économie, sur l'environnement naturel et bâti, sur la population locale de la destination et sur les touristes eux-mêmes. En raison de ces impacts multiples, de la gamme et de la variété des facteurs de production requis pour produire ces biens et ces services achetés par les visiteurs, et de l'éventail d'agents intéressés ou touchés par le tourisme, il convient d'adopter une approche intégrée en matière de développement, de gestion et de contrôle du tourisme. Cette approche est fortement recommandée pour la formulation et l'application des politiques touristiques nationales et locales, ainsi que des accords ou autres mécanismes internationaux nécessaires concernant le tourisme.

Analyse économique

Le tourisme génère directement et indirectement une augmentation de l'activité économique dans les endroits visités (et au-delà), essentiellement en raison de la demande de biens et de services qui doivent être produits et fournis.

Dans l'analyse économique du tourisme, il faut opérer une distinction entre la « contribution économique » du tourisme, qui renvoie aux conséquences directes du tourisme et est évaluable grâce au CST, et l'« impact économique » du tourisme, concept beaucoup plus vaste qui représente la synthèse des effets directs, indirects et induits du tourisme et qui doit être évalué en appliquant des modèles.

Les études sur l'impact économique visent à quantifier les avantages économiques, à savoir l'augmentation nette des richesses des résidents résultant du tourisme, évaluée en termes monétaires, en sus des niveaux qui existeraient autrement.

Compte satellite du tourisme (CST)

Le compte satellite du tourisme (décrit dans Compte satellite du tourisme : Recommandations concernant le cadre conceptuel, de 2008 (CST : RCC 2008)) est, après les Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme, le deuxième ensemble de recommandations sur les statistiques du tourisme élaboré sur la base du système de comptabilité nationale. Les deux documents sont en harmonie l'un avec l'autre et fournissent un cadre conceptuel pour mesurer et analyser le tourisme en tant qu'activité économique.

En tant qu'instrument statistique de mesure économique du tourisme, le CST peut être considéré comme un ensemble de 10 tableaux récapitulatifs, chacun contenant des données et représentant un aspect distinct des données économiques du tourisme : dépenses du tourisme récepteur, du tourisme interne, du tourisme émetteur et du tourisme intérieur, comptes de production des industries touristiques, valeur ajoutée brute et produit intérieur brut (PIB) résultant de la demande touristique, emploi, investissements, consommation des administrations publiques, et indicateurs non monétaires.

Dépenses touristiques

Les dépenses touristiques renvoient à la somme payée pour l'acquisition de biens et de services de consommation, mais aussi de biens de valeur, en vue de leur usage personnel ou pour les offrir, pour et durant des voyages touristiques.

Destination (destination principale) d'un voyage

La destination principale d'un voyage se définit comme l'endroit visité qui tient une place centrale dans la décision de faire le voyage. Voir aussi motif principal d'un voyage touristique.

Emploi dans les industries touristiques

L'emploi dans les industries touristiques peut être évalué en effectuant le dénombrement des personnes employées dans les industries touristiques, quel que soit leur poste de travail, le dénombrement des personnes ayant leur emploi principal dans les industries touristiques, le dénombrement des postes de travail dans les industries touristiques, ou l'équivalent exprimé en postes de travail à temps plein.

Environnement habituel

L'environnement habituel d'une personne, concept clé du tourisme, se définit comme la zone géographique (pas forcément contigüe) à l'intérieur de laquelle une personne mène ses activités quotidiennes habituelles.

Excursionniste (ou visiteur de la journée)

Un visiteur (du tourisme interne, récepteur ou émetteur) est qualifié de visiteur de la journée (ou excursionniste) si son voyage n'inclut pas de nuit sur place.

Formes de tourisme

Il existe trois formes de tourisme de base : le tourisme interne, le tourisme récepteur et le tourisme émetteur. Ces trois formes peuvent être combinées de différentes manières pour

donner ces formes supplémentaires : tourisme intérieur, tourisme national et tourisme international.

Groupe de voyageurs

Un groupe de voyageurs se définit comme un ensemble de visiteurs qui réalisent ensemble un voyage et dont les dépenses sont mises en commun.

Industrie des congrès, réunions, foires et salons

Un voyage pour affaires et motifs professionnels peut se diviser en deux catégories : « réunions, conférences ou congrès, foires commerciales et expositions » et « autres affaires et motifs professionnels ».

L'International Congress and Convention Association (ICCA), Meeting Professionals International (MPI) et Reed Travel préfèrent l'expression « industrie des congrès, réunions, foires et salons » à l'acronyme MICE (réunions, incitatifs, conférences et présentations) qui ne reconnaît pas la nature industrielle de ces activités.

Industries touristiques

Les industries touristiques (ou activités caractéristiques du tourisme) désignent les activités dont la production principale est un produit caractéristique du tourisme.

Les produits caractéristiques du tourisme sont ceux qui remplissent au moins une des deux conditions suivantes :

(a) Les dépenses touristiques concernant le produit (bien ou service) doivent représenter une part importante des dépenses touristiques totales (condition relative à la part correspondant aux dépenses/demande) ;

(b) Les dépenses touristiques concernant le produit doivent représenter une part importante de l'offre du produit dans l'économie (condition relative à la part correspondant à l'offre). Cette condition suppose que la fourniture d'un produit caractéristique du tourisme cesserait d'exister en quantité significative en l'absence de visiteurs.

Liste de catégories de produits caractéristiques du tourisme et d'industries touristiques

http://media.unwto.org/fr/content/comprende-le-tourisme-glossaire-de-base

Produits Industries

1. Services d'hébergement pour les visiteurs

    1. Hébergement des visiteurs

2. Services de restauration et de consommation de boissons 2. Activités de services de restauration et de consommation de boissons

3. Services de transport de voyageurs par chemin de fer

    3. Transport de voyageurs par chemin de fer

4. Services de transport routier de voyageurs

    4. Transport routier de voyageurs

5. Services de transport de voyageurs par voies navigables

    5. Transport de voyageurs par voies navigables

6. Services de transport de voyageurs par voie aérienne

    6. Transport de voyageurs par voie aérienne

7. Services de location de matériels de transport

    7. Location de matériels de transport

8. Agences de voyages et autres services de réservation 8. Activités des agences de voyages et autres activités de services de réservation

9. Services culturels

9. Activités culturelles

10. Services sportifs et récréatifs

10. Activités sportives et récréatives

11. Biens caractéristiques du tourisme, propres à chaque pays 11. Commerce de détail de biens caractéristiques du tourisme, propres à chaque pays

12. Services caractéristiques du tourisme, propres à chaque pays
12. Autres activités caractéristiques du tourisme, propres à chaque pays

Lieu de résidence habituelle

Le lieu de résidence habituelle est le lieu géographique où le visiteur réside habituellement, et il se définit par l'endroit de son lieu d'habitation principal (Principes et recommandations pour les recensements de la population et de l'habitation, Nations Unies, par. 2.20 à 2.24).

Maison de vacances

Une maison de vacances est une habitation secondaire où se rendent les membres du ménage essentiellement à des fins récréatives, pour des vacances ou toute autre forme de loisir.

MICE

Voir Industrie des congrès, réunions, foires et salons.

Motif (principal) d'un voyage touristique

Le motif principal d'un voyage touristique se définit comme le motif en l'absence duquel le voyage n'aurait pas eu lieu. La classification des voyages touristiques en fonction du motif principal du

voyage se réfère à neuf catégories : cette typologie permet d'identifier différents sous-ensembles de visiteurs (visiteurs en voyages d'affaires, visiteurs en transit, etc.). Voir aussi Destination d'un voyage.

Pays de référence

Le pays de référence renvoie au pays où l'évaluation est effectuée.

Il y a lieu de constater que dans les Recommandations internationales 2008 :

(a) Le terme « pays » peut être transposé à un autre niveau géographique en utilisant le terme « lieu » à sa place (pour une région, une municipalité ou un autre endroit géographique infranational) ;

(b) L'expression « long terme » renvoie à une période d'au moins un an et « court terme » à une période de moins d'un an.

Pays de résidence

Le pays de résidence d'un ménage est déterminé en fonction du centre d'intérêt économique principal de ses membres. Si une personne réside (ou entend résider) plus d'un an dans un pays donné et a son centre d'intérêt économique (là où elle passe le plus de temps par exemple), elle est considérée comme un résident de ce pays.

Secteur du tourisme

Le secteur du tourisme, tel qu'il est envisagé dan le CST, est l'ensemble d'unités de production de différentes industries qui fournissent les biens et services de consommation demandés par les visiteurs. Ces industries sont appelées industries touristiques car les dépenses des visiteurs représentent une part si importante de leur offre que celle-ci cesserait d'exister en quantité significative en l'absence de visiteurs.

Tourisme émetteur

Comprend les activités d'un visiteur résident hors du pays de référence, dans le cadre d'un voyage du tourisme émetteur ou d'un voyage de tourisme interne.

Tourisme intérieur

Le tourisme intérieur comprend le tourisme interne plus le tourisme récepteur, soit les activités des visiteurs résidents et non résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme interne ou international.

Tourisme interne

Il comprend les activités d'un visiteur résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage de tourisme interne ou d'un voyage du tourisme émetteur.

Tourisme international

Le tourisme international comprend le tourisme récepteur plus le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages du tourisme interne ou du tourisme émetteur, et les activités des visiteurs non résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme récepteur.

Tourisme national

Le tourisme national comprend le tourisme interne plus le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents à l'intérieur et en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages du tourisme interne ou émetteur.

Tourisme récepteur

Comprend les activités d'un visiteur non résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage du tourisme récepteur.

Touriste (ou visiteur qui passe la nuit)

Un visiteur (du tourisme interne, récepteur ou émetteur) est qualifié de touriste (ou visiteur qui passe la nuit) s'il passe une nuit sur place.

Visite

Un voyage se compose de visites effectuées à différents endroits. L'expression visite touristique fait référence à un séjour dans un endroit visité durant un voyage touristique.

Visiteur

Un visiteur est une personne qui fait un voyage vers une destination située en dehors de son environnement habituel, pour une durée inférieure à un an, et dont le motif principal de la visite (affaires, loisirs ou autre motif personnel) est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le pays ou le lieu visité. Un visiteur (du tourisme interne, récepteur ou émetteur) est qualifié de touriste (ou visiteur qui passe la nuit) s'il passe une nuit sur place, et de visiteur de la journée (ou excursionniste) dans le cas contraire.

Visiteur pour affaires

Un visiteur pour affaires est un visiteur dont le motif principal du voyage correspond à la catégorie affaires et motifs professionnels.

Voyage

Un voyage désigne le déplacement d'une personne depuis le moment où elle quitte son lieu de résidence habituelle jusqu'à son retour : il s'agit donc d'un voyage aller-retour. Les voyages des visiteurs sont des voyages touristiques.

Voyage / Tourisme

Le voyage désigne les activités des voyageurs. Un voyageur est une personne qui se déplace entre différents lieux géographiques pour quelque motif et durée que ce soit. Le visiteur est un type particulier de voyageur, de sorte que le tourisme est un sous-ensemble des voyages.

La présente annexe reprend certains concepts clés qu'elle définit conformément aux nouvelles Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme (RIST 2008). Si certains portent exclusivement sur l'évaluation économique du tourisme, d'autres (comme les concepts clés de « visiteurs » – touristes et excursionnistes -, de « voyage », d'« environnement habituel », de « formes du tourisme », etc.) peuvent s'appliquer aussi à d'autres domaines d'analyse et de recherche.

VII Forum Touristique sur les Investissements et les Opportunités d'Affaires en Afrique - INVESTOUR 2016

Date

21 Janvier 2016

Madrid Espagne

La 7ème édition du Forum Touristique sur les Investissements et les Opportunités d'Affaires en Afrique (INVESTOUR 2016), conjointement organisée par l'OMT, FITUR et Casa África aura lieu le 21 janvier 2016 à Madrid (Espagne) à l'occasion du Salon international du tourisme de Madrid (FITUR). Le Forum a pour principal objectif la promotion du développement d'un tourisme durable en Afrique, tout en favorisant des échanges sur des opportunités d'investissements et d'affaires en Afrique. La structure de cet important évènement s'organise en deux sessions : la première, dédiée à deux tables rondes portant sur des sujets relevant dans le secteur du tourisme en Afrique, et la deuxième session est consacrée aux rencontres interentreprises (Business to Business). Il s'agit d'une plateforme stratégique qui mettra en contact direct les porteurs de projets de tourisme africains et les potentiels partenaires internationaux.

Cet important Forum et adressé aux Ministres de Tourisme de pays d l'Afrique et du Moyen Orient et aux autres acteurs publics et privés dans le secteur touristique en Afrique et aussi, aux institutions publiques espagnoles et internationelles et aux entreprises et investisseurs du monde entier intéressés par les investissements et les opportunitées d'affaires dans le secteur du turisme en Afrique.

Plus d'informations : http://www.ifema.es/investourfr_01

L'Afrique se prépare pour la "Global Money Week" 2016

bookmark

DATE DE PUBLICATION: mars. 2016
PUBLIÉ PAR: Le Portail Microfinance
Comment célébrer cette semaine en Afrique subsaharienne ?

La Global Money Week en 2016 en Afrique

Plus de 23 pays d'Afrique sub-saharienne célébreront la « Global Money Week » (GMW) du 14 au 20 mars prochain autour d'événements spéciaux. Il s'agira d'une première participation pour le Bénin, le Mozambique, le Gabon et Madagascar. Cette année le thème de l'événement est "Prendre part. Epargner intelligemment." Les activités organisées dans ces pays se concentreront principalement sur les questions de l'épargne et l'autonomisation économique des jeunes. L'objectif est d'offrir aux enfants et aux jeunes l'éducation financière leur permettant de faire des choix financiers éclairés, y compris d'épargne pour des objectifs à court et plus long terme.

"En Afrique, et sur d'autres continents, les enfants associent l'accumulation de pièces de monnaie dans leur tirelire à la notion abstraite d'épargne. Quand on économise de l'argent, cela fait sens

de fixer des objectifs pour son utilisation", déclare M. Akwasi Osei, Responsable du Réseau Consultatif de l'organisation "Child and Youth Finance International" (CYFI). "Les jeunes ont parfois des difficultés à garder leurs économies. C'est pourtant une notion importante à inculquer. Et la "Global Money Week" est un moyen de véhiculer ces messages auprès des populations jeunes".

"Les jeunes ont souvent des difficultés à garder leurs économies pour des activités imprévues. La GMW est essentielle pour renseigner les jeunes sur les motifs qui poussent à épargner."

Un certain nombre d'ateliers viseront à sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat, l'investissement ainsi qu'aux diverses façons de démarrer une entreprise. Selon un sondage publié en 2013 par la société de conseil en gestion de la performance globale "Gallup", l'intention entrepreneuriale à travers le monde est la plus élevée en Afrique subsaharienne, où la nécessité plutôt que l'occasion a conduit à de nouveaux plans d'affaires.

Les opportunités limitées d'emplois et les défis d'en trouver un décent décrivent le quotidien de nombreux jeunes d'Afrique sub-saharienne. Les interactions du Secrétariat de "CYFI" avec les jeunes du continent africain, dans le cadre de la Ye! Community, indiquent un intérêt majeur à établir sa propre entreprise, même s'il est reconnu que ce chemin est souvent semé d'embûches.

"Grand nombre de ces jeunes ont une connaissance limitée de l'entreprise, et ne disposent pas des compétences nécessaires pour en créer une. En outre, les pays où ils résident n'offrent pas d'appuis adaptés pour les aider au démarrage, y compris le capital et l'accès facilité au financement". Les ateliers de la "Global Money
Week" serviront de plateformes pour former les jeunes entrepreneurs et veiller à ce qu'ils disposent d'informations suffisantes sur la création d'entreprise dans leurs pays respectifs.

Focus sur quelques activités attendues

Madagascar participera à la "Global Money Week" pour la première fois cette année. La Coordination Nationale de la Finance Inclusive (CNFI) en étroite collaboration avec l'Association Professionnelle des Institutions de MicroFinance a mis au point un programme complet et diversifié pour célébrer l'événement. Le ministère des Finances et du Budget lancera officiellement la GMW 2016 à Madagascar. La cérémonie d'ouverture sera suivie d'un atelier des parties prenantes sur l'inclusion financière, la diffusion d'un film sur l'alphabétisation financière et un concours artistique pour les étudiants.

Au cours de la semaine, le CNFI prévoit également d'ouvrir des comptes d'épargne pour les jeunes participants. L'organisation lancera une campagne d'alphabétisation financière via plusieurs médias, y compris la radio et la télévision, permettant d'assurer une plus grande sensibilisation du public.

La Côte-d'Ivoire a été très active lors des précédentes éditions de la Global Money Week. Le ministère de l'Education nationale a été à l'avant-garde des activités de la GMW dans le pays depuis 2013. Le ministère célèbrera l'événement dans le cadre de son Programme National d'Education Financière.

Des activités sont programmées à Abidjan, incluant le projet "Un banquier dans ma classe" où les fournisseurs de services financiers visitent des écoles et enseignent les principes de base d'éducation financière aux étudiants. D'autres activités auront lieu telles que des expositions, des ateliers et des débats publics sur des sujets passionnants comme "Notre relation à l'argent" et "Les nouvelles technologies et la culture de l'épargne". Le Ministère coordonnera par ailleurs les visites éducatives à la BCEAO et à la Bourse régionale des valeurs Mobilières (BRVM). L'objectif principal de ces visites est d'offrir l'opportunité aux étudiants d'en apprendre davantage sur le système financier et le fonctionnement des grandes institutions. Les institutions financières prévoient d'ouvrir un grand nombre de comptes d'épargne pour les jeunes.

L'Ethiopie a annoncé sa participation à la "Global Money Week" le mois dernier lors d'une conférence de presse tenue au siège de la Banque Enat à Addis-Abeba. L'événement a réuni toutes les parties prenantes de la
GMW cette année. Dr. Abeselom Samson Yosef, Champion CYFI pour l'Ethiopie coordonne les activités des différentes institutions. L'Ethiopie devrait sensibiliser plus d'un million d'enfants au cours de la semaine.

Dr. Yosef a lancé une campagne pour recueillir des informations sur les raisons qui poussent les enfants et les jeunes à épargner en leur demandant d'écrire directement leur objectif d'épargne sur une grande bannière. Plus de 50 jeunes ont déjà écrit leur bannière ; elles seront affichées à CYFI à l'issue de la "Global Money Week".

Les activités qui marqueront la "GMW" cette année comprendront des campagnes d'alphabétisation financière, une compétition de football, des événements de musique et de danse, des journées portes ouvertes au sein d'institutions financière pour les enfants et les jeunes, une visite éducative à la bourse ainsi qu'à la Banque nationale d'Ethiopie.

Pour plus d'informations sur les activités organisées dans différents pays d'Afrique ou sur la façon de se joindre aux prochaines éditions, visiter la page pays de la GMW.

Consulter la page thématique Jeunes et enfants pour plus d'informations.
TYPE: Focus
THÈMES: Éducation financière, Inclusion financière, Jeunes et enfants

RÉGIONS: Afrique subsaharienne
PAYS: Côte d'Ivoire, Éthiopie, Madagascar

http://www.adverbe.com/formations-a-la-transformationnumerique/

A l'initiative du Maroc
L'OMT qualifie d' « historique» l'adoption d'une résolution onusienne sur le tourisme
,
15 January 2015 - 11:16

L'écotourisme aux fins de l'élimination de la pauvreté et de la préservation de l'environnement dans les instances onusiennes

La résolution a pour objectif de donner plus de visibilité à la thématique de la promotion du tourisme durable et l'écotourisme aux fins de l'élimination de la pauvreté et de la préservation de l'environnement dans les instances onusiennes –

L'OMT qualifie d'« historique» l'adoption par l'AG de l'Onu d'une résolution initiée par le Maroc sur la promotion du tourisme durable. Nécessité d'optimiser les avantages économiques, sociaux, culturels et environnementaux découlant du tourisme durable

L'Organisation mondiale du tourisme des Nations unies (OMT) s'est félicitée, mercredi, de l'adoption par l'Assemblée générale de l'Onu d'une résolution « historique » reconnaissant la contribution du tourisme durable à l'éradication de la pauvreté, au développement communautaire et à la protection de la biodiversité.

Adoptée par consensus en décembre dernier, à l'initiative du Maroc et parrainée par 107 Etats membres, la nouvelle résolution, intitulée Promotion du tourisme durable et, notamment, l'écotourisme aux fins de l'élimination de la pauvreté et de la préservation de l'environnement, souligne la nécessité d'optimiser les avantages économiques, sociaux, culturels et environnementaux découlant du tourisme durable, en particulier dans les pays en développement. Elle invite ainsi les instances onusiennes à promouvoir le tourisme durable en tant qu'instrument susceptible de contribuer à atteindre les Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD).

D'une portée « nettement plus large » que celles précédemment adoptées sur le sujet par l'Assemblée générale en 2010 et 2012, cette nouvelle résolution s'appuie notamment sur les recommandations formulées par l'OMT sur l'écotourisme, s'est félicitée l'agence de l'Onu dans un communiqué de presse publié simultanément à New York et à Madrid.

L'OMT se félicite de cette « reconnaissance remarquable de la capacité du tourisme à promouvoir le développement durable à travers le monde », a, ainsi, déclaré le secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

Le large soutien à cette résolution reflète la prise de conscience croissante du rôle vital que doit jouer le tourisme dans un avenir durable pour tous et ouvre les portes à des politiques nationales de soutien et à un financement international du tourisme durable.

La résolution met également le tourisme durable à l'ordre du jour du programme de développement des Nations unies pour l'après2015, en demandant au secrétaire général de présenter lors de la 71e session de l'Assemblée Générale en 2016, en collaboration avec l'OMT, un rapport contenant des recommandations sur les moyens de promouvoir le tourisme durable et l'écotourisme en tant qu'instruments de lutte contre la pauvreté et de protection de l'environnement.

A rappeler que le Maroc a présenté pour la troisième fois consécutive à l'Assemblée générale des Nations unies, une résolution sur la « Promotion du tourisme durable, et notamment l'écotourisme, aux fins de l'élimination de la pauvreté et de la protection de l'environnement.

- See more at : http://lematin.ma/express/2015/a-l-initiative-dumaroc-_l-omt-qualifie-d--historique--l-adoption-d-une-resolutiononusienne-sur-le-tourisme/215843.html#sthash.Dy0Wcwal.dpuf