



Renforcement de capacités en matières de Statistiques du tourisme pour les pays membres de l'OCI

Cours 5: Les Statistiques sur l'offre touristique

Dakar, 08 Juin 2022

Ousmane DIOUF, Statistician Engineer, Tourism Statistics Specialist, ANSD SENEGAL



PLAN

A

Définition et champ de l'offre touristique

C

Revue des indicateurs sur l'offre touristique

D

Sources de données sur l'offre touristique

E

Traitement des données sur l'offre touristique

E

Equilibre Offre-demande : Recours au CST



A

Définition et champ de l'offre touristique

Définitions :

La définition de l'**offre touristique** découle de la définition du tourisme. Il s'agit donc de l'offre de tous les éléments, services et biens mis à la disposition des visiteurs ou achetés par eux et déterminés par le séjour de visiteurs ;

L'**offre touristique** se définit comme la quantité de biens et de services pouvant être présente sur le marché à un prix donné. En d'autres termes, l'offre touristique incorpore un ensemble de bien et service proposé au touriste pour satisfaire ses besoins d'ordre touristique.

Exemple/Illustration :

L'offre touristique se présente comme un « panier » de biens et de services, qui sont proposés aux consommateurs pour satisfaire leur besoin. Ce qui s'offre aux touristes consommateurs est en fait un ensemble de sous-produits (hébergement, transports, animation, spectacles, environnement, etc.).



A

Définition et champ de l'offre touristique

Champ de l'offre touristique

-L'offre touristique se mesure en terme d'environnements naturel et historiques, de capacité d'équipements, d'hébergement et de transport touristiques (nombre de chambres ou de lits d'hôtel, de sièges offerts par les compagnies aériens » ;

CARACTERISTIQUES ET LES SPECIFICITES DE L'OFFRE TOURISTIQUE:

L'hétérogénéité de l'offre touristique tient au fait que les produits touristiques sont composé d'autant d'éléments qu'on peut regrouper en **trois (03) sous ensembles suivant leurs caractéristiques et leurs spécificités** :

- un patrimoine touristique de ressources naturelles, culturelles historiques ou technologiques (Pour les découvertes) ;
- des équipements qui en cas de leur manque n'entraîneraient pas une demande touristique (hébergement, restauration, équipement culturel (théâtre, cinéma ...) équipements de loisirs et de sport) ;
- les facilités d'accès à une destination touristique (moyens de transport : Aérien, terrestre et maritime).

**B**

Revue des indicateurs sur l'offre touristique

Partant de cette définition, des indicateurs-clés ont été mis sur pied dans le but de répondre aux enjeux de l'analyse des caractéristiques et de la compétitivité dans le secteur du tourisme. Ils sont organisés en quatre catégories :

- indicateurs mesurant les performances et les impacts du tourisme ;
- indicateurs étudiant la capacité d'une destination proposer des services touristiques compétitifs et de qualité ;
- indicateurs suivant l'attractivité d'une destination ;
- indicateurs décrivant les mesures prises par les pouvoirs publics et les débouchés économiques.



B

Revue des indicateurs sur l'offre touristique

- **Produit intérieur brut direct du tourisme (PIBDT)** – La comparaison des évolutions du **PIBDT** année après année est une statistique essentielle de la compétitivité du tourisme et renforcera l'utilisation du Compte Satellite du Tourisme (CST). L'accent est mis sur les impacts directs et sur la consommation du tourisme interne et récepteur ;
- **Indicateurs de mesure de l'activité économique des industries touristiques** - Mesure du poids de l'activité économique des industries caractéristiques et connexes du tourisme (Chiffres d'affaires, recettes, Prix...);
- **Recettes du tourisme récepteur par visiteur et par marché d'origine** – Mesure de l'activité économique des visiteurs identifiant le taux de croissance ou de recul d'une année sur l'autre des recettes du tourisme récepteur par visiteur et par marché d'origine. L'accent est mis sur la consommation du tourisme récepteur ;
- **Arrivées et Nuitées dans tous types d'hébergements** – Mesure des flux touristiques dans les hébergements dégagant le taux de croissance ou de recul d'une année sur l'autre des arrivées et nuitées dans tous types d'hébergements ou, le cas échéant, dans les hôtels et établissements similaires. L'accent est mis sur l'économie du tourisme récepteur et du tourisme interne.



B

Revue des indicateurs sur l'offre touristique

- **Exportations de services touristiques** – Mesure des exportations de services touristiques et de leur performance par rapport d'autres secteurs, en enregistrant la valeur ou le taux de croissance ou de recul d'une année sur l'autre. Cette mesure s'attache principalement la consommation du tourisme récepteur. Défi à relever : collecter des données détaillées par segment. Cette mesure montrera l'évolution des performances en termes de marque, de valorisation et d'attrait international.
- **Productivité de la main-d'œuvre des services touristiques** – Mesure de la productivité et de son évolution pour les personnes employées dans le secteur du tourisme, ainsi que du potentiel de productivité de l'économie du tourisme présenté dans un tableau des mesures de productivité et taux de croissance de la productivité par pays. La productivité est un aspect essentiel de la compétitivité. Défi à relever : surmonter les difficultés de mesure, notamment qualitative, et prendre en compte les spécificités du secteur du tourisme, dont la petite taille de ses entreprises.



B

Revue des indicateurs sur l'offre touristique

- **Régimes nationaux de visas** – Mesure des exigences en matière de visa pour entrer sur le territoire, prenant en compte les méthodes employées pour accorder un visa, le nombre de visas accordés chaque année et la part des arrivées de touristes. La mobilité des voyageurs est un élément essentiel et les questions de visas font partie de l'environnement de la compétitivité ;
- **Ressources naturelles et biodiversité** – Mesure du capital naturel d'un pays, en termes de nombre de sites appartenant au patrimoine naturel et de nombre de zones naturelles préservées. Il est nécessaire de mener cette évaluation tout en ayant recours à des informations sur la biodiversité et les écosystèmes, la localisation géographique et la densité démographique. Les ressources naturelles sont un des grands moteurs de l'attractivité et donnent un avantage concurrentiel aux pays ;
- **Ressources culturelles et créatives** – Mesure composite reposant sur le nombre d'attractions culturelles et créatives reconnues, sous différentes formes. Les ressources culturelles et créatives sont des moteurs essentiels de l'attractivité. La mise sur pied d'une stratégie qui exploite les ressources culturelles et créatives peut être source d'avantages concurrentiels.



B

Revue des indicateurs sur l'offre touristique

- **Satisfaction des visiteurs** – Mesure de la valeur de l'attractivité du côté de la demande, à partir d'une mesure comparable du taux de satisfaction des visiteurs et de leur intention de revenir. La satisfaction des visiteurs est un indicateur qualitatif important de la demande ;
- **Caractéristiques des établissements touristiques** – Mesure de la capacité d'accueil des structures d'hébergement touristique (nombre de lits, de chambres, d'appartements...), des restaurants touristiques (nombre de couverts, nombre moyen de client par jour...), des Agences de voyages (parc automobile, nombre moyen de clients par jour...), etc. ;
- **Existence de plan d'action national pour le tourisme (à évaluer)** – Indicateur du potentiel de compétitivité reconnaissant l'existence et la qualité de la mise en œuvre, de l'efficacité et de l'évaluation d'un plan d'action national pour le tourisme afin d'améliorer la compétitivité du tourisme dans un pays donné.



C

Sources de données sur l'offre touristique

- **Les sources :**
 - Le système statistique national sous le contrôle de l'institut de statistiques et Banque Centrale;
 - Les Comptes Nationaux
 - Les statistiques propres du Ministère du Tourisme ou son équivalent
 - Les organisations professionnelles
- **Types:**
 - Enquêtes
 - Procédures administratives
 - Données réconciliées (Comptes Nationaux ou Balance des Paiements)



D

Traitement des données sur l'offre touristique

- **Hébergement**
 - Marchand organisé
 - Marchand non organisé
 - Non marchand (compte propre, familles et amis)
- **Restaurants :**
 - Formel,
 - Informel. ;
- **Transports**
 - International
 - National
- **Agences de voyages (Billetterie, location de véhicule) ;**
- **Autres Activités (culturelles, artisanales, loisirs...)**



D

Traitement des données sur l'offre touristique

Il faudra tenir compte de...

- Différence entre produits et activités (ce que contient une note d'hôtel par exemple qui va bien au-delà des services d'hébergement) ;
- Traitement des pourboires ;
- Définir clairement l'unité statistique dans le cas des activités productives : établissements et non pas entreprises ;



D

Traitement des données sur l'offre touristique

Enquête Statistique :

Revoir:

- Échantillonnage et en particulier la prise en compte de la dynamique démographique (création et disparition...);
- Univers de référence de l'enquête ;
- Les variables observées ;
- La prise en compte des variations saisonnières dans l'observation (importantes dans le domaine du tourisme) ;
- L'importance de ce qui est hors champ de la formalité (et sources alternatives possibles).



D

Traitement des données sur l'offre touristique

Procédures administratives :

- De caractère général: répertoire général des entreprises, des établissements
- Déclarations d'impôts
- Particulières au tourisme:
 - Contrôle des hôtels: répertoire, classifications par étoiles, le KIT sur l'hébergement
 - Contrôle des restaurants
 - Contrôle des agences de voyage

Problèmes: leur actualisation; la qualité des informations, leur champ (formalité); la cohérence avec les données statistiques...



D

Traitement des données sur l'offre touristique

Les variables de base et de suivi régulier (mensuel, bimensuel, trimestriel, semestriel, annuel) :

- Nombre de chambres disponibles ;
- Nombre de lits (lits –places) disponibles ;
- Flux des clients (par nationalité/résidence) ;
- Suivi de l'occupation des chambres/lits ;
 - Dont taux d'occupation des chambres/des lits ;
- Emploi ;
- Chiffre d'Affaire (Hébergement, restauration, vente de boissons, autres...).



D

Equilibre Offre-demande : Recours au CST

Principe:

- Revoir la cohérence du vecteur de demande touristique ou de consommation touristique
Réorganiser l'offre suivant les principes du CST ;
- Elaborer le tableau 6 du CST ;
- Vérifier la logique des résultats; que faire en cas d'incohérence ;
- Déduire les grands agrégats et les comparer à ceux des autres pays,



D

Equilibre Offre-demande : Recours au CST

Cela permet :

- de faire un premier diagnostic de la situation et d'une apparente cohérence (ou incohérence); définir où les efforts doivent se concentrer ;
- Utiliser les résultats obtenus (qui souvent déplaisent...) pour solliciter plus de ressources pour générer des informations indispensables...
- Capitaliser l'expérience pour faire mieux la prochaine fois



D

Equilibre Offre-demande : Recours au CST

Réconcilier l'offre et la demande: pourquoi et comment?

• Situation concrète des pays :

–Demande:

- pas toutes les formes de tourisme (souvent, il manque le tourisme interne...);
- pas de calcul de la consommation touristique; (il manque les résidences secondaires, les consommations imputées...)
- calcul pour une seule année;
- Les données de la BdP (poste « voyages ») sont très agrégées...



D

Equilibre Offre-demande : Recours au CST

Information sur l'offre :

–Offre:

- Série de Comptes nationaux par extrapolation des observations directes de l'année de base ;
- mesures partielles de certaines activités caractéristiques (hébergement marchand formel, restaurants): pas d'effort particulier pour mesurer les activités informelles...
- Passer toutes les données à la même année que celle de l'offre



D

Equilibre Offre-demande : Recours au CST

Stratégies: La demande :

- Clarifier le champ observé (voyages):
 - Formes de tourisme
 - Touristes et excursionnistes (souvent les excursionnistes sont exclus en première instance)
 - Dans le cas du tourisme récepteur, vérifier que tous les postes frontières sont bien couverts...
 - Définir si besoin est un intervalle de confiance des estimations ;
- Revoir les méthodes d'observation de la dépense ;
- Vérifier les tableaux 1 (**Dépenses du tourisme récepteur par produit et catégorie de visiteurs**), Tableau 2 (**Dépenses du tourisme interne par produit, catégorie de visiteurs et type de voyages**) et Tableau 4 (**Consommation du tourisme intérieur par produit**) et identifier les sources et faiblesses ;



D

Equilibre Offre-demande : Recours au CST

Stratégies: L'offre

– Revoir les différences de traitement entre CN & CST:

- Correction territoriale (la rubrique « voyages » détaillée) ;

NB : Dans les comptes nationaux, la **correction territoriale** représente les dépenses des résidents à l'étranger (**importation**) moins les dépenses des non-résidents au Sénégal (**exportation**). Cette correction permet de prendre en compte **qu'en comptabilité nationale les notions d'importation et d'exportation** correspondent à des **échanges entre résidents et non résidents et ne font pas nécessairement référence au passage de la frontière douanière.**

- Traitement des services des agences de voyage (**billetterie par exemple**) ;
- Les marges sur les biens ;
- Revoir le niveau de l'offre en fonction d'informations recueillies sur les activités informelles.



JËRËJËF MERCİ THANK YOU



Adresse

Rocade Fann Bel-air
Cerf-volant. BP 116
Dakar RP, Dakar,
Sénégal



Numéro de téléphone

(+221) 77 725 12 02 /
70 806 38 84



Email

ousmane.diouf2@ansd.sn
dioufousman@outlook.fr
statsenegal@ansd.sn