



COURS D'ECONOMIE TOURISTIQUE

Le système d'entrée : section

Informations générales sur le module

C'est un cours destiné aux étudiants en vue de leur permettre de faire une analyse sommaire de la dimension économique du tourisme et de savoir comment calculer certains paramètres du secteur ainsi que les différents agrégats du tourisme

Objectif général

L'objectif de ce cours est de permettre aux apprenants d'appréhender la dimension économique du tourisme. Il s'agira de comprendre la logique du marché, les facteurs déterminants de la consommation (demande) et de la production (offre) ainsi que les investissements qui soutiennent cette production.

Objectifs spécifiques :

- permettre une connaissance des définitions du tourisme et de ses composantes ;
- analyser la demande touristique, ses caractéristiques ainsi que les différents facteurs qui agissent sur cette demande ;
- Définir et analyser les composantes de l'offre touristique ;
- Réfléchir sur les modalités de l'investissement touristique, ainsi que l'impact des activités touristiques sur les économies nationales et sur l'économie internationale.



Plan du cours

Ce cours, en plus de l'introduction générale, est divisé en trois parties

Introduction Générale

PREMIERE PARTIE : ANALYSE DU FAIT TOURISTIQUE

I- Le « tourisme » défini par les statistiques internationales

II- Essai de définition du Tourisme

DEUXIEME PARTIE : LA DEMANDE TOURISTIQUE

I. Définition

II. Définition relatives à la demande touristique

III. Les caractéristiques fondamentales de la demande touristique

IV. Les facteurs de la demande touristique :

TROISEME PARTIE : L'OFFRE TOURISTIQUE

I. Le Produit Touristique

II. Les Ressources Touristiques

III. Les Transports

IV. L'Hébergement

QUATRIEME PARTIE : LES AGGEGATS DU TOURISME

I. La Consommation Touristique

II. La Production Touristique

III. L'Investissement Touristique

Professeur Mamoudou DAFF

Contact : tél: 77 652 69 17

Email: mmdaff@gmail.com



TROISIEME PARTIE : L'OFFRE TOURISTIQUE

A. Définition :

L'offre, économiquement se définit comme la quantité de biens et services pouvant être présentée sur le marché à un prix donné.

Ainsi, l'offre touristique incorpore en général un ensemble de biens et de services proposés au consommateur pour satisfaire ses besoins d'ordre touristique : elle propose des « produits touristiques », « les vacances » -difficiles à définir globalement en raison de leur hétérogénéité.

Il est nécessaire de préciser cette terminologie : distinguer ainsi le produit global (les vacances, l'objet touristique dans le système touriste) des sous-produits que sont les diverses composantes (hébergement, transports, distractions de tous types), souvent appelées elles-mêmes produits.

Pour les agents de voyages, un produit touristique est un voyage forfaitaire organisé sur demande ou programmé (« package »).

Enfin, en parlant des possibilités offertes par une station, une région, un pays, sur le plan du tourisme, on parlera alors également « d'offre ».D'où, quelques confusions à éviter dans l'emploi de ces termes d'offre et de produit touristique.

B. Les Caractéristiques :

Les économistes classent le tourisme dans le secteur tertiaire, celui des services. Le tourisme est un produit composite, offrant une combinaison de biens matériels (œuvres d'art, hôtels etc.) et de prestations immatérielles (climat, personnel) : on peut le classer parmi les services dit mixtes.

De cette appartenance, naissent plusieurs caractéristiques :

- Les services touristiques ne peuvent être stockés (nuitées d'hôtels, sièges d'avion, neige, etc.) ;
- Ils sont conditionnés par la présence du client (pas d'expédition du produit) d'où l'influence du transport ;
- La production et la consommation se font donc au même endroit, au même moment. En s'inscrivant à l'agence de voyages, le candidat-touriste acquiert seulement le droit d'utiliser la prestation et pas la prestation elle-même.
- La consommation entraîne aussi la destruction du service avec, pour seule valeur résiduelle, l'expérience, le souvenir.
- Il y'a substitution possible de certains sous-produits touristiques entre eux (meublés et hôtels, train et avion, etc.)
- Le bien touristique est souvent inélastique, relativement peu adaptable en cas de



changement dans la demande.

- Enfin, dans le produit global, composite, il y'a complémentarité des divers sous-produits entre- eux, le client peut d'ailleurs composer seul son produit global. Celui-ci n'est pas homogène : les divers sous-produits ne se fondent pas en un tout, mais conservent leur existence propre.

4

C. Classification :

Dans l'offre touristique, on peut distinguer différentes éléments qui seront ensuite analysées successivement :

- D'une part, les « ressources touristiques » qui constituent la base de l'activité du tourisme, appelées parfois « offre originelle ».
- D'autre part, les infrastructures et superstructures diverses mises en place par l'homme, que l'on nomme parfois « offre dérivée ». Il s'agit de désigner sous ce vocable à la fois l'équipement général et l'équipement spécifiquement touristique.
- L'équipement général, n'est pas à proprement parler touristique, mais facilite ou permet l'activité touristique: les communications et les transports, les réseaux de distribution et de collecte divers

II. Les ressources touristiques

Elles constituent la condition de base du développement touristiques : sans rapport à l'origine avec le tourisme, elles déterminent néanmoins la force d'attraction d'une région, d'une station, et en définissant les potentialités et atouts touristiques : exemple :

La neige : ressources □ le ski, activité.

Le soleil : ressource □ sports d'été, activité

On peut distinguer :

- ✓ D'une part les ressources naturelles ;
- ✓ D'autres parts les ressources créées par l'homme

A. Les ressources naturelles :

Extrêmement variées et diversement Exploitées, elles définissent l'espace Touristique.

On peut citer, à titre d'illustrations : le climat – primordial pour plusieurs formes de tourisme, le relief, le paysage, la végétation, la faune, la mer et plages, les lacs et plans d'eau naturels ou artificiels, les fleuves et les rivières, les stations thermales, etc.

B. Les ressources créées par l'homme :

Elles comprennent :



- ✓ D'une part, les monuments ou plus généralement tout élément construit par l'homme, intéressant par sa nature et sa destination : Monuments divers actuels et anciens, musées, barrages, ponts, universités, villages, stades, etc.
- ✓ Et d'autre part, les activités humaines et l'existence même de l'homme : civilisations et peuples, mœurs et coutumes, langues, folklores, cultures (religion, art, sciences), fêtes, techniques, jeux olympiques et sportifs, politique...

III- Les transports

Le déplacement est l'un des caractères essentiels du tourisme : Sans voyage le tourisme n'existe pas, contrairement à d'autres activités de loisirs pratiquées au domicile.

Le transport fait donc partie intégrante du système touristique ; il rend possible le tourisme techniquement et psychologiquement (changement de milieu.)

Il est en effet indéniable que le développement des moyens de transport, né de la révolution industrielle, a permis l'apparition du tourisme moderne, et également l'émergence de régions éloignées des centres émetteurs comme destinations touristiques accessibles.

La demande relative aux moyens de transports dans un lieu, en un temps donné est représentée par le volume du trafic V_t , exprimé par le nombre de voyageurs N_V et la longueur L , en kilomètres voyageurs ; soit :

$$V_t = N_V \times L$$

La demande relative aux moyens de transport dépend de différents paramètres, notamment : le coût de transport, la distance kilométrique, la durée du voyage, le confort, la sécurité, la fréquence et la ponctualité.

On peut classer les transports en cinq grands types :

- L'autocarisme ;
- Le transport ferroviaire ;
- Le transport aérien ;
- Le transport maritime ;
- Le transport routier

IV. L'hébergement

Les moyens d'hébergement touristique sont très nombreux et variés, correspondant aux différents types de clientèles, aux diverses localisations, à la diversité des modes de tourisme. Leur caractéristique essentielle est, liée au tourisme, leur usage temporaire par le client. Les



critères de classification sont variés :

Selon le type de gestion :

Gestion commerciale (à but lucratif) : meublés locatifs saisonniers, hôtellerie, résidences, villages de vacances commerciaux, camping etc....

- Gestion commerciale (à but non lucratif) : villages de vacances de type social, colonies
- de vacances, auberges de jeunesse etc....

Selon le type d'usagers :

- Etablissements commerciaux, ouverts à tous
- Etablissements de caractère spécial, réservés à une clientèle limitée (maison et chalets
- de collectivités diverses)
- Logements privés (résidences secondaires)

Selon leur durée d'ouverture : annuelle ou saisonnière

Selon le degré de confort, le prix

Selon le type de construction : Bâtis en dur, fixes, ou non bâtis, légers, mobiles.

L'importance de chaque type varie selon les pays, et il n'est pas toujours aisé de faire une distinction nette et précise entre les divers types d'hébergement.



Annexes et bibliographie

7

Marc Boyer, Histoire de l'invention du tourisme XVIème-XIXème siècles : « Origine et développement du tourisme dans le Sud-Est de la France », Editeur : Aube (Editions de l') Collection : monde en cours, 332 pages, 2000 ;

Marc Boyer, « Histoire générale du tourisme du XVIe au XXIe siècle », 327 pages, Editeur : L'Harmattan, Paru le: 05/07/2005 ;

Jean-Pierre Lozato-Giotart, « Géographie Du Tourisme - De L'espace Consommé À L'espace Maîtrisé » Auteur : Editeur : Pearson Education Collection : Tourisme Parution : 27/08/2003 Nombre de pages : 330 ;

PIERRE PY, Le tourisme : « Un phénomène économique », 2007, 184 pages,

DINETY Jean-Claude, Proust Etienne, Géographie du Tourisme. Collection dir. Par Bernard Clauzel, 2002. 159 pages ;

PASCAL POCHET, BERNARD SCHEOU, « Le tourisme à l'âge de la retraite », Conseil national du tourisme, 2002, 272 pages ;

François VELLAS, L'IMPACT INDIRECT DU TOURISME : UNE ANALYSE ECONOMIQUE, Université de Toulouse, 2011 - 14:57 ;

Professeur Mamoudou DAFF

Contact : tél: 77 652 69 17

Email: mmdaff@gmail.com