

Tourisme et économie internationale

François Vellas

Volume 8, Number 2, July 1989

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080327ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080327ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Vellas, F. (1989). Tourisme et économie internationale. *Téoros*, 8(2), 36–39.
<https://doi.org/10.7202/1080327ar>

Tourisme et économie internationale

Le tourisme international représente, au même titre que le commerce international, une partie des échanges économiques mondiaux qui constitue le domaine de l'économie internationale.

Toutefois, le tourisme international a été longtemps absent du champ d'analyse des théories économiques internationales et cela alors que de nombreuses études ont été consacrées à l'économie internationale des services notamment bancaires et de transport. Il en était ainsi parce que le tourisme international n'était pas considéré par les économistes comme une activité spécifique susceptible de justifier des études théoriques approfondies. Et parce qu'il ne représentait qu'une part relativement faible des recettes d'exportations de l'ordre de 5% à 6% au niveau mondial.

Actuellement, on constate une évolution rapide en faveur d'une prise de conscience de plus en plus poussée du rôle économique du secteur touristique. Cette nouvelle attitude a commencé à se manifester parce que le développement touristique a fourni à de nombreux pays des solutions efficaces aux problèmes posés par le chômage et par la nécessité d'une diversification des activités économiques.

Par ailleurs, progressivement, le tourisme international, au cours de sa croissance, est apparu comme un moyen permettant de fournir des solutions aux problèmes posés par le déficit de la balance des paiements d'un grand nombre d'États, notamment pour compenser les achats de biens d'équipements, de produits agricoles et industriels. Il en a été ainsi dans les pays nouvellement industrialisés qui ont pu réaliser les investissements industriels nécessaires à leurs mutations économiques grâce aux devises fournies par les entrées touristiques comme par exemple dans des pays aussi différents que l'Espagne, le Portugal, la Grèce, la Yougoslavie en Europe; à Singapour, Hong-Kong et en Thaïlande dans le Sud-Est Asiatique.

Tel est aussi le cas de nombreux pays en développement parmi lesquels tout particulièrement des pays insulaires.

L'importance des flux du tourisme international pour la balance des paiements de nombreux pays conduit à se demander quels sont les déterminants de la spécialisation internationale dans le tourisme. Question qui se situe au cœur de l'économie internationale dont l'objet est d'étu-

dier les causes fondamentales des échanges économiques entre pays, de rechercher les déterminants théoriques de ces échanges, et par conséquent, les facteurs qui sont à la base de la spécialisation internationale des pays.

Dans le domaine du tourisme international, la question fondamentale qui se pose est de savoir si les déterminants des théories du commerce international lui sont applicables ou s'il est nécessaire de rechercher d'autres déterminants qui lui seraient spécifiques.

Deux déterminants principaux seront analysés successivement:

- le déterminant de l'offre avec les coûts comparatifs et les dotations factorielles;
- le déterminant de la demande avec l'analyse de Linder.

Tourisme international et déterminants de l'offre

Depuis D. Ricardo, la théorie de l'avantage comparatif occupe une place essentielle dans l'analyse économique internationale. L'analyse des coûts comparatifs montre que chaque pays a intérêt à se spécialiser dans la production de biens ou de services dont le coût relatif de production est plus faible qu'à l'étranger. Cette différence de coûts comparatifs joue un rôle essentiel dans les produits touristiques. Elle peut permettre d'expliquer les différences de flux touristiques de pays à pays.

Cependant, l'étude des coûts comparatifs ne concerne pas seulement la comparaison internationale de certains prix. Ils introduisent dans l'analyse des déterminants de l'échange international un facteur qualitatif, notamment le rapport qualité-prix qui joue un rôle essentiel dans la comparaison entre les produits touristiques.

Les fondements théoriques de l'avantage comparatif

La théorie de l'avantage comparatif permet de montrer que, même si un pays est en mesure de produire la totalité des biens et services qu'il consomme, et cela aux meilleurs coûts, relatifs par rapport aux autres pays, il est cependant de son intérêt de se spécialiser dans les productions les plus performantes et d'importer les autres biens. Dans ce cas, le pays va limiter volontairement sa production aux seuls biens et services dont le coût est relativement le plus faible comparé aux coûts à l'étranger. L'échange inter-

* Monsieur François Vellas est professeur d'économie internationale à l'Université de Toulouse I.

national qui résulte de cette spécialisation lui permet ainsi d'accroître sa consommation globale et donc de réaliser un gain grâce au commerce international.

Cette théorie des coûts comparatifs permet de fournir une explication pour un grand nombre d'échanges touristiques internationaux. Toutefois, la spécialisation internationale qui résulte de l'avantage comparatif n'est pas totale. L'analyse des échanges commerciaux internationaux indique seulement une tendance à la spécialisation en fonction des coûts comparatifs⁽¹⁾.

La théorie des coûts comparatifs permet de montrer que même si un pays est en mesure de produire la totalité des biens et services qu'il consomme, et cela aux meilleurs coûts relatifs par rapport aux autres pays, il est cependant dans son intérêt de limiter sa production aux seuls biens et services dont le coût de la production est relativement le plus faible, comparé aux coûts étrangers, en échangeant la part non consommée de ces biens contre ceux dont le coût de production est relativement plus élevé et qui sont produits à l'étranger⁽²⁾.

Cette théorie implique une spécialisation internationale des pays dans la production et l'exportation de biens et services pour lesquels ils sont les plus performants. Cependant, cette spécialisation est rarement totale. L'analyse des échanges commerciaux internationaux indique seulement une tendance à la spécialisation en fonction des coûts comparatifs. Il en est de même dans le domaine du tourisme international où, malgré des différences importantes de coûts, la spécialisation de pays, par types de produit touristique, demeure difficile à déterminer à partir des seules différences de prix. Cependant, les coûts comparatifs peuvent être considérés comme un des facteurs déterminants de la répartition et de l'évolution du tourisme international.

Le modèle des coûts comparatifs considéré à partir de l'exemple même de Ricardo (Portugal, Grande-Bretagne) permet d'expliquer les échanges bilatéraux de produits touristiques à partir des différences de coûts comparatifs.

Soit: 2 pays: pays (M) pays (P)

1 facteur: le travail (L) disponible en quantité égale dans les deux pays.

2 produits: produit (1) et produit (2).

Il est possible de représenter les conditions de production dans le pays (M) et dans le pays (P).

$L_1^M, L_1^P, L_2^M, L_2^P$ représentent les quantités produites de biens (1, 2) dans le pays (M, P).

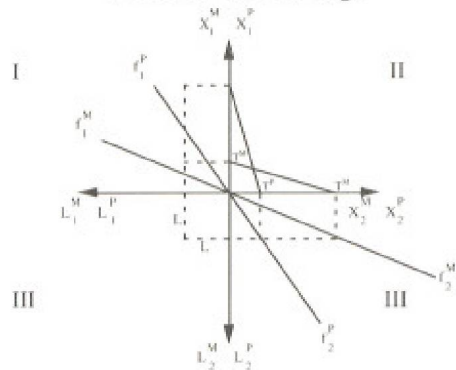
$X_1^M, X_1^P, X_2^M, X_2^P$ représentent les quantités produites de biens (1, 2) dans le pays (M, P).

$f_1^M, f_1^P, f_2^M, f_2^P$ représentent les fonctions de production de chaque bien (1, 2) dans les pays (M, P).

T^M, T^P, T^M, T^P représentent les frontières de possibilités de production des pays (M, P).

C'est à partir de la comparaison des techniques de production dans chaque pays pour chaque bien qu'il est possible de déterminer l'avantage relatif de chacun des deux pays.

Graphique No 1
Condition de l'échange



Ainsi, dans le schéma précédent, les pays (M) ont un avantage comparatif dans la production du bien (2) et le pays (P) détient un avantage comparatif dans la production du bien (1).

Il en est de même dans le domaine du tourisme international où, malgré des différences importantes de coût, la spécialisation des pays, par types de produit touristique, est difficile à déterminer à partir des seules différences de prix. Les coûts comparatifs n'ont pas moins une influence considérable à la fois sur l'évolution des flux du tourisme international et sur leur répartition de pays à pays.

L'avantage comparatif touristique

Parmi les déterminants du tourisme international, les coûts comparatifs jouent un rôle essentiel. Leur influence dépend des spécificités du tourisme international. En raison de la très grande diversité des produits touristiques proposés, les comparaisons de coûts entre des produits équivalents est souvent difficile si ce n'est impossible à réaliser dans les conditions strictes du modèle de Ricardo.

Cependant, les produits touristiques (1) et (2) sont des services dont la production ne peut être répétée de façon identique. Il en résulte que l'étude de l'influence des coûts comparatifs doit être adaptée aux spécificités du tourisme international. En particulier, elle ne se réduit pas à la seule analyse des composantes du coût (transport, hébergement, réceptifs), mais elle concerne également le rapport qualité-prix et l'ensemble des prestations annexes.

Le rapport qualité-prix

La comparaison internationale du rapport qualité-prix des produits touristiques de pays à pays permet d'expliquer une partie importante de la répartition et de l'évolution des flux du tourisme international. La notion de qualité importe souvent plus que le prix. Il résulte que des pays tels que la Suisse ou l'Allemagne Fédérale sont toujours aux premiers rangs des pays touristiques du monde bien que les prix touristiques y soient plus élevés qu'ailleurs. Dans ces conditions, comme l'indique le rapport Trigano (1984), "l'axe de développement à privilégier reste la qualité du service. C'est le meilleur moyen de se protéger de la concurrence internationale. Et c'est le meilleur avantage comparatif de la France!".

Ce rapport qualité-prix permet au secteur du tourisme d'un pays de resserrer les contraintes de la concurrence étrangère en pratiquant une politique de différenciation basée sur l'élévation de la qualité des produits et des prestations touristiques.

L'innovation et le progrès technologique

L'innovation représente le second volet des politiques de différenciation qui ont pour but de renforcer les avantages comparatifs dont un pays dispose. Avec la recherche du meilleur niveau de qualité, l'innovation permet d'assurer une meilleure spécialisation internationale du pays à long terme. Pour la plupart des pays développés, il est de plus en plus difficile de produire des prestations touristiques banalisées du type forfait hôtel-restaurant-plage à un prix compétitif. Jusqu'à présent, l'amélioration de la qualité a permis de réussir des politiques de différenciation et de pratiquer des prix relativement élevés. Cependant, des progrès considérables sont accomplis dans de nombreux pays qui ont fixé l'amélioration de la qualité comme objectif primordial de leurs politiques touristiques. L'aide des Organisations Internationales, principalement du B.I.T. et l'O.M.T., s'est révélée primordiale pour atteindre ces objectifs notamment pour la formation professionnelle avec la création du Centre International de Perfectionnement Professionnel et Technique de Turin.

Dans ces conditions, les pays développés, pour maintenir ou pour accroître leurs avantages comparatifs dans le tourisme international ont recours, comme c'est le cas dans l'industrie, à des politiques d'innovation et de progrès technique.

Le coût du transport

L'évolution du coût du transport a une influence déterminante sur le coût des produits touristiques. Le coût du transport est fonction de divers facteurs, notamment de la technologie (adaptée

tion des moyens de transport aux besoins du tourisme international), de la structure des entreprises de transport, du prix des carburants et de la politique des États. En particulier, les politiques spécifiques en faveur de l'abaissement des coûts du transport peuvent avoir un effet déterminant sur le tourisme international. N'a-t-on pas souligné "la prodigieuse élasticité du marché par rapport aux prix!".

- Pour le transport routier, ce sont par exemple les "bons d'essence" ou des réductions sur les péages d'autoroutes consenties aux visiteurs étrangers (Italie, Yougoslavie, Roumanie);
- Pour le transport ferroviaire, ce sont les billets touristiques à tarif réduit (France, Italie, R.F.A., Canada);
- Pour le transport aérien, les accords d'abaissement tarifaire sur les vols réguliers et la libéralisation des vols charters jouent un rôle déterminant dans la constitution des flux touristiques vers les destinations qui ne peuvent pas être desservies par les transports terrestres.

Le coût de l'hébergement

Le coût de l'hébergement influence directement le mouvement touristique, surtout en période de crise économique. En effet, le prix du transport a dû être souvent "compensé" par des contraintes dans le prix de l'hébergement afin d'offrir aux touristes un produit composé correspondant à leurs possibilités d'achat, c'est-à-dire à leurs demandes.

Les coûts de l'hébergement sont fortement influencés par divers facteurs:

- l'adoption de technologies nouvelles dans la construction et dans les équipements; tel est le cas, par exemple, des nouvelles chaînes d'hôtels deux étoiles qui, en utilisant des techniques de constructions nouvelles, en innovant dans les formules d'accueil et de services à la clientèle ont pu apporter une amélioration du service tout en parvenant à une diminution du coût de l'hébergement.
- les dépenses de personnel, les gains de productivité jouent un rôle considérable dans la comparaison internationale du coût d'hébergement; grâce aux nouvelles techniques utilisées, certains pays développés connaissent un "retour d'avantages comparatifs" malgré des taux de salaires plus élevés, et redeviennent compétitifs par rapport aux pays à bas salaires. Ce phénomène, déjà observé dans l'industrie textile (B. Ducros, 1983), s'explique par l'accélération du progrès technique.

Les coûts des services touristiques

Les coûts des services touristiques autres que ceux de transport et d'hébergement sont relatifs, principalement à l'accueil, à la restauration, à des loisirs divers. Ces coûts sont difficilement comparables de pays à pays, parce qu'ils concernent des prestations touristiques extrêmement hétérogènes. Mais il est nécessaire d'en tenir compte parce qu'ils contribuent, aussi, à expliquer la répartition et l'évolution des flux touristiques internationaux.

Tourisme international et théorie des dotations factorielles

Les dotations factorielles peuvent être considérées comme le déterminant principal du tourisme international particulièrement lorsque les ressources naturelles jouent un rôle essentiel. Les dotations factorielles sont déterminées par l'importance des ressources (facteurs) dont dispose un pays pour assurer la production de l'ensemble des services de tourisme international. L'abondance relative de ces ressources a une influence décisive pour expliquer la place d'un pays dans le tourisme international.

Les dotations factorielles peuvent être réparties en trois catégories principales:

- ressources naturelles, patrimoine historique, artistique et culturel;
- ressources humaines en travail et en qualification;
- ressources en capital et en infrastructure.

Les différences en dotations factorielles sont souvent à l'origine de différences de coûts comparatifs. Cependant, elles ne sont pas suffisantes pour expliquer l'ensemble des flux du tourisme international qui dépendent également des contraintes, de la (des) demande(s).

Tourisme international et déterminants de la demande représentative

L'importance du facteur "demande" a été mis en évidence dans l'analyse économique internationale par Linder en 1960.

Les théories de la demande permettent d'expliquer à la fois les raisons du développement des flux touristiques et l'intensité des courants d'échanges touristiques entre pays.

La demande touristique représente les quantités de biens et de services touristiques que les consommateurs désirent se procurer à un moment donné. Cette demande est directement fonction des niveaux de revenu par habitant, de l'intérêt d'une population pour le tourisme international (par exemple très élevée pour le Canada, plus faible pour la Norvège), de la réglementation en

vigueur (facilitations) concernant par exemple les passeports et visas, les sorties de devises, etc...

Un indicateur de la demande touristique internationale peut être fourni par l'évolution du nombre de séjours de vacances et par le pourcentage de séjours à l'étranger dans les séjours totaux.

La théorie de la demande a pour but d'expliquer la spécialisation internationale des pays à partir des conditions de la demande intérieure, régionale et internationale. Cette explication théorique paraît particulièrement bien adaptée à lier la répartition internationale des flux touristiques à l'importance relative du tourisme international dans l'économie des pays. L'importance relative de la demande permet en effet de comprendre certains caractères essentiels de l'évolution du tourisme international, notamment la concentration des échanges touristiques entre pays semblables mais différenciés et de niveau de développement économique élevé.

Cette théorie de la demande énoncée dès 1961 par Linder complète les explications théoriques par les dotations factorielles et par les coûts comparatifs.

L'analyse de Linder

Linder⁽³⁾ remarque que la seule différence dans les proportions factorielles n'est pas toujours déterminante dans l'explication des échanges internationaux. En effet, les échanges les plus intensifs s'effectuent le plus souvent entre les économies présentant des caractéristiques proches du point de vue des dotations factorielles. Tel est le cas dans le tourisme international où les échanges touristiques les plus importants concernent des pays voisins, principalement en Europe.

Dans ces conditions, Linder rejette, en grande partie, la théorie des dotations factorielles et construit une nouvelle théorie de l'échange international, à partir de la demande intérieure ou demande représentative.

Pour Linder, la spécialisation internationale d'un pays dépend de l'existence d'une demande domestique suffisamment importante. Tel est le cas, semble-t-il, pour les principaux pays récepteurs de touristes internationaux. Pour la plupart d'entre eux, la demande touristique internationale complète une demande touristique nationale importante. Cette forte demande intérieure crée les conditions favorables au développement du tourisme international. Un savoir-faire, une technologie, un environnement propice viennent compléter les infrastructures qui confèrent au pays un avantage comparatif déterminant.

Ainsi, le volume du tourisme international sera d'autant plus important entre partenaire que ceux-ci auront une structure similaire de leur de-

mande intérieure. Est-ce à dire que plus les pays sont semblables, plus leurs échanges touristiques sont importants? La réponse à cette question est donnée par un prolongement théorique de l'analyse de la demande de B. Lassudrie-Duchêne (1971) qui montre qu'en fait, la base de l'échange international est avant tout une "demande de différences" entre les partenaires à l'échange.

La demande de différence

L'échange international dépend à la fois du volume de la demande et de la différenciation des produits. Même si les produits échangés sont semblables, il existe toujours une différence de qualité, ou de marque qui provoque un échange international. Cette "demande de différence" est particulièrement déterminante dans le tourisme international. Elle s'appuie sur des différences d'environnement géographique, culturel, linguistique, qui font l'objet d'échanges entre pays voisins de niveaux de développement économique comparable.

Dès lors, deux pays géographiquement proches, caractérisés par des dotations de facteurs peu différentes, pourront échanger des flux touristiques importants parce que des différences de marques, de prix, de qualité subsistent provoquant des flux que la proximité géographique favorise par ailleurs. D'autant plus que dans deux pays ayant des dotations de facteurs semblables, les goûts des consommateurs peuvent être différents.

Tandis que des pays ayant des dotations factorielles très différentes peuvent n'échanger que des flux touristiques beaucoup plus faibles en raison de l'éloignement géographique de leurs demandes respectives et des goûts des consommateurs.

Ainsi, la demande permet d'expliquer non seulement les causes du tourisme international mais surtout leur intensité. Le volume des échanges de tourisme international sera d'autant plus important entre partenaires que ceux-ci auront une demande touristique intérieure élevée et à structure similaire. Il en résulte que le tourisme international se développe particulièrement dans des zones géographiques qui regroupent des pays industrialisés, caractérisés par ailleurs par un haut pouvoir d'achat, et d'autant plus qu'ils sont peu éloignés.

Le rôle de la demande dans le tourisme international peut être mesuré par une évaluation quantitative de la demande intérieure et de la demande internationale, notamment à partir des statistiques de l'O.M.T..

Tourisme international et cycle de vie des produits

Une nouvelle étape peut être franchie dans l'analyse économique du tourisme international avec

la prise en compte du cycle de vie des produits.

La théorie du cycle de vie du produit appliquée au commerce international par Vernon en 1966 est aujourd'hui considérée comme un des déterminants les plus performants de la spécialisation internationale.

En combinant l'analyse de la firme et l'analyse de l'économie internationale, la théorie du cycle de vie du produit permet de montrer comment évolue la spécialisation internationale.

Cette analyse peut-elle s'appliquer à un tourisme international?

Pour répondre à cette question, il convient de prendre en compte le facteur technologique qui est à la base du processus de cycle de vie du produit industriel. Or, on constate que le facteur technologique est de plus en plus important dans les produits touristiques.

L'innovation touristique permet d'expliquer le transfert d'activité touristique de pays à pays tel qu'il s'effectue par exemple dans le domaine des Parcs de Loisirs.

- Le pays leader réalise l'innovation (par exemple les U.S.A. avec Disney World) grâce à un avantage technologique et à une forte demande intérieure. La création de ce produit touristique nouveau provoque l'arrivée de flux importants de touristes internationaux (canadiens, sud-américains et européens à Orlando).
- Le pays développé intermédiaire importe la technologie pour créer un nouveau produit touristique qui répond à sa demande intérieure et à la demande régionale des autres pays (implantation de l'Eurodisneyland à Marne-la-Vallée). Il y a transfert technologique du pays leader vers le pays intermédiaire et création d'un nouveau produit touristique à vocation régionale, nationale et européenne.
- Les pays en retard ne pourront espérer développer ces nouveaux produits touristiques que lorsque, la technologie étant banalisée, ils pourront bénéficier d'un avantage comparatif grâce à des coûts de production de ce produit qui seront beaucoup plus bas.

Il apparaît ainsi que les procédés d'analyse de l'économie internationale peuvent être appliqués au tourisme international.

Ils permettent de mieux comprendre et dès lors de prévoir.

- * Comprendre pourquoi un pays peut réussir ou échouer dans sa politique de développement du tourisme international.
- * Prévoir dans une large mesure, l'évolution des flux touristiques des stratégies des opérateurs et des produits touristiques.

NOTES ET RÉFÉRENCES

- (1) Cette analyse de l'échange international a été appliquée par Ricardo au Commerce International dès 1817.
- (2) J.-L. Muchielli, *Principes d'Économies Internationales*, Economica, Paris, 1988.
- (3) S.-B. Linder, *An Essay on Trade and Transformation*, John Wiley and Sons, New York, 1961.

CAZES, B., *Le tourisme international*, Hathier, Paris, 1989.

MULLET, S., *Leisure and Consumption: Incompatible Concepts*, *Leisure Studies*, vol. 7, no 3, septembre 1988.

POON, A., *Tourism and Information Technologies*, *Annals of Tourism Research*, vol. 15, no 4, 1988.

VELLAS, F., *Économie et politique du tourisme international*, Economica, 1985.