



*Direction des Etudes et  
des Prévisions Financières*

LE  
P  
D  
A  
S  
H  
D  
E

Janvier 2009

<http://www.finances.gov.ma/depf/depf.htm>  
Boulevard Mohamed V. Quartier Administratif, Rabat-Maroc  
Téléphone : (00212) (0) 37.67.75.01/.../08  
Télécopie : (00212) (0) 37.67.75.33  
E-mail : [depf@depf.finances.gov.ma](mailto:depf@depf.finances.gov.ma)

Le secteur des voyages et du tourisme est devenu au cours des dernières années l'une des principales sources génératrices de revenus et de richesses aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement.

Avec un nombre dépassant les 850 millions d'arrivées, générant des recettes approchant les 700 milliards de dollars, une part de 10,5% du PIB mondial, 12,2% des exportations mondiales et 9,5% des investissements mondiaux, ce secteur contribue de plus en plus à la croissance des nations. Par ailleurs, outre qu'il soit un vecteur de promotion culturelle, le secteur du tourisme joue également un rôle important en matière d'attractivité des pays pour les investissements directs étrangers.

Dans ce cadre, le Forum Economique Mondial (FEM) a publié son deuxième rapport « *The Travel & Tourism Competitiveness Index 2008* » positionnant, sur la base d'un indicateur synthétique, la compétitivité de 130 pays en matière de voyages et de tourisme.

Ce rapport évalue, sur la base d'une analyse comparative, les déterminants de la compétitivité du secteur des voyages et du tourisme en identifiant les leviers permettant d'améliorer sa compétitivité. Il identifie aussi les principaux obstacles à la compétitivité touristique au niveau de chaque pays.

Selon ce rapport, le Maroc est classé à la 67<sup>ème</sup> place derrière de nombreux pays émergents et concurrents, perdant ainsi dix places par rapport à l'année dernière. La Suisse, l'Autriche et l'Allemagne sont les pays les plus compétitifs dans le domaine du tourisme et des voyages.

La présente note a pour objet de présenter, dans un premier temps, la méthodologie utilisée par le FEM pour établir cet indicateur de compétitivité touristique. Elle expose ensuite les principaux résultats obtenus au niveau mondial et par le Maroc pour ce qui est de la compétitivité globale du secteur touristique. Elle présente enfin les principaux axes de la stratégie du Maroc pour dynamiser ce secteur.

## **1. Méthodologie de classement des pays selon leur compétitivité en matière de voyage et de tourisme**

### **1.1 Présentation de la méthodologie**

Le FEM a établi un indice permettant d'évaluer la compétitivité de chaque pays dans le domaine des voyages et du tourisme « *The Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)* ». Il mesure, d'une manière synthétique, les facteurs et les déterminants de la compétitivité du secteur dans 130 pays<sup>1</sup>, ainsi que l'efficacité des politiques permettant de maintenir et d'accroître l'attractivité de ce secteur au niveau international.

La réputation et l'amélioration de la compétitivité touristique d'un pays évoluent, en effet, au gré de multiples actions politiques, réglementaires, humaines et environnementales. Ces actions prises en compte dans le cadre de l'indice global se composent de 14 piliers structurés en trois grandes catégories :

---

<sup>1</sup> Sept nouveaux pays ont été inclus dans le rapport de cette année : Porto Rico, Libye, Oman, Arabie saoudite, Sénégal, Syrie et l'Ouzbékistan. En outre, la Serbie et le Monténégro, déjà analysés comme un seul pays, sont traités chacun séparément dans le nouveau rapport.

- a) *le cadre réglementaire des voyages et du tourisme* : regroupe des facteurs indispensables au stade de développement des voyages et du tourisme tels que l'environnement réglementaire, le niveau de la sécurité ainsi que le degré de priorité accordée par le gouvernement à ce secteur et les niveaux atteints en termes de santé et d'hygiène ;
- b) *l'environnement des affaires dans le secteur, la qualité de l'infrastructure* du transport aérien et terrestre ainsi que l'infrastructure des technologies de l'information et de communication et la compétitivité-prix dans l'industrie du secteur ;
- c) *la qualité des ressources humaines, culturelles et naturelles*.

Chaque pilier est composé de plusieurs variables (71 au total) et décrit un stade de développement particulier du secteur touristique du pays (*voir matrice des indicateurs en annexe*).

Le TTCI a été élaboré en collaboration avec un certain nombre d'organismes associés et partenaires ainsi que de chefs d'entreprises dans le domaine de voyages et de tourisme. Il est basé tant sur des données quantitatives issues de sources publiques, d'institutions internationales, d'experts en matière de voyages et de tourisme, que sur les résultats d'enquêtes et de sondages d'opinion (*Forum's Executive Opinion Survey*) effectués auprès des chefs d'entreprises et des investisseurs dans le domaine de voyages et de tourisme.

## **1.2 Limites méthodologiques**

Un certain nombre de limites remettent en cause la pertinence de l'indice TTCI. On relève en particulier :

- le caractère subjectif des questionnaires : 40% des variables utilisées découlent de sondages d'opinion publique (variables qualitatives). A ce niveau, le risque d'avoir des réponses erronées reflétant les perceptions est non négligeable ;
- l'information incomplète des enquêtés, qui risque de générer un biais systématique des réponses et par conséquent biaiser l'agrégation de l'indice global ;
- le biais culturel des enquêtes internationales d'opinion à cause des différences culturelles vis-à-vis des enquêtés (les personnes interrogées peuvent faire preuve d'un patriotisme ou d'un esprit critique très variable d'un pays à l'autre, éventuellement sous l'influence des objectifs de l'organisme qui réalise l'enquête) ;
- les problèmes de comparabilité internationale des réponses : la formulation des questions oriente la réponse vers un jugement des réalités du pays relativement aux pays ou aux pratiques leaders dans des domaines très variés. Rien ne garantit que les normes auxquelles pensent les diverses personnes interrogées soient les mêmes, surtout entre pays différents.

## **2. Résultats du rapport**

### **2.1 Classement mondial**

La Suisse est le pays le plus attractif en matière de tourisme, suivie de l'Autriche et de l'Allemagne. L'Australie, l'Espagne, le Royaume-Uni, les Etats-Unis, la Suède, et le Canada figurent parmi les dix premiers du classement. Les pays traditionnels du tourisme, comme la France et l'Italie, sont moins bien classés (*tableau 1*).

**Tableau 1 : Classement d'un groupe de pays selon les trois grandes catégories de l'indice TTCI**

Groupe de pays	Pays	Rang	Indice global	Sous-indices		
				Sous-indice A	Sous-indice B	Sous-indice C
				Cadre réglementaire des voyages et du tourisme	Environnement des affaires et Infrastructure des voyages et du tourisme	Ressources naturelles, culturelles et humaines des voyages et du tourisme
Pays développés	Suisse	1	5.63	1	2	3
	Autriche	2	5.43	4	8	7
	Allemagne	3	5.41	6	3	9
	Australie	4	5.34	30	11	1
	Espagne	5	5.30	28	5	4
	Royaume-Uni	6	5.28	26	6	5
	Etats-Unis	7	5.28	49	1	2
	Suède	8	5.27	9	15	8
	Canada	9	5.26	23	4	10
	France	10	5.23	12	7	12
Pays en développement	Qatar	37	4.44	43	35	65
	Tunisie	39	4.41	25	49	57
	Emirats Arabes Unis	40	4.39	44	27	89
	Bahreïn	48	4.29	68	28	69
	Jordanie	53	4.21	36	60	64
	Egypte	66	3.96	58	69	70
	Maroc	67	3.91	55	75	72
	Oman	76	3.77	88	58	96
	Arabie Saoudite	82	3.68	106	55	107
	Koweït	85	3.67	105	53	119
Algérie	102	3.50	99	93	98	

Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008.

Outre ses infrastructures routières et ferroviaires jugées excellentes, la Suisse bénéficie de standards élevés en matière d'environnement et de sécurité (6<sup>ème</sup>). Elle est ainsi dotée d'un nombre important de sites classés patrimoine mondial culturel et naturel par l'UNESCO et d'une législation rigoureuse et efficace en matière de protection de l'environnement. La Suisse se distingue aussi par la qualité de son réseau d'assainissement et d'eau potable, par ses écoles hôtelières et par la qualité de l'accueil de ses citoyens.

Le classement de l'Autriche (2<sup>ème</sup>) est attribuable à ses ressources culturelles (avec huit sites culturels classés patrimoine mondial), à l'infrastructure touristique (2<sup>ème</sup>) qui se caractérise par les facilités d'hébergement et de location de voiture, ainsi que par la disponibilité de guichets automatiques. L'Autriche est également bien classée en termes de standards respectés pour ce qui est de l'environnement durable et de la qualité d'accueil et d'ouverture des autrichiens aux visiteurs étrangers (3<sup>ème</sup>). Le pays est également bien positionné en matière de sécurité (3<sup>ème</sup>), de santé et d'hygiène (4<sup>ème</sup>).

L'Allemagne (3<sup>ème</sup>) est caractérisée par la richesse de ses ressources culturelles (3<sup>ème</sup> rang mondial pour ses 31 sites culturels reconnus patrimoine mondial) et par le nombre de

foires et d'expositions internationales organisées dans le pays (2<sup>ème</sup>). Les infrastructures du transport terrestre et aérien sont parmi les meilleures dans le monde, classées respectivement au 3<sup>ème</sup> et 7<sup>ème</sup> rang. L'Allemagne est mieux classée que la Suisse et l'Autriche en termes de réglementation relative à l'industrie des voyages et du tourisme (6<sup>ème</sup>) grâce à des politiques encourageant l'investissement étranger et des accords bilatéraux de services aériens.

L'Espagne (5<sup>ème</sup>) et la France (10<sup>ème</sup>) sont aussi reconnues pour la richesse de leurs ressources culturelles et naturelles (2<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rang mondial respectivement). Le rapport reconnaît la qualité des infrastructures du transport aérien et terrestre en France et la qualité de l'infrastructure touristique en Espagne (1<sup>ère</sup> au niveau mondial).

## **2.2 Moyen Orient et Afrique du Nord (MENA)**

Le Qatar est le pays le plus compétitif de la zone MENA, suivi de la Tunisie, des Emirats Arabes Unis et du Bahreïn. Le Maroc est classé à la 67<sup>ème</sup> place, derrière la Jordanie et l'Égypte. Il devance Oman, l'Arabie Saoudite, le Koweït et l'Algérie.

Le Qatar s'est adjugé la 37<sup>ème</sup> place dans le monde grâce à une meilleure position relative à l'accès à l'assainissement et à l'eau potable, pour ce qui du volet de la santé et de l'hygiène (1<sup>er</sup>), et la présence notoire d'agences de location de voitures (1<sup>er</sup>) pour ce qui est des infrastructures touristiques. L'indice met aussi en exergue l'importance de l'infrastructure du transport aérien (23<sup>ème</sup>) et l'efficacité du système de sécurité dans le pays (10<sup>ème</sup>).

Le classement de la Tunisie à la 39<sup>ème</sup> place est lié en particulier à la priorité accordée par le gouvernement au secteur de voyages et de tourisme, qui bénéficie d'importantes lignes budgétaires, ainsi que d'une mobilisation accrue en termes de campagnes de marketing de destination et de présence dans la plupart des foires internationales de tourisme. De plus, la Tunisie est bien positionnée en matière de sécurité et de sûreté contre le crime et la violence (25<sup>ème</sup>). Elle est également bien positionnée en termes de compétitivité-prix (13<sup>ème</sup>), avec des prix de séjour dans des hôtels très compétitifs, des niveaux raisonnables de taxation et de prix du carburant, bien que les taxes sur les billets et les redevances aéroportuaires soient relativement onéreuses. Le pays affiche toutefois un classement moyen en matière de santé et d'hygiène (75<sup>ème</sup>), avec une densité de médecins relativement faible.

Les Emirats Arabes Unis sont classés 40<sup>ème</sup> malgré un déficit en termes de ressources naturelles et culturelles (108<sup>ème</sup> et 90<sup>ème</sup> respectivement). Ce classement est dû notamment à la priorité qu'accorde le pays au secteur du tourisme (4<sup>ème</sup>), avec des campagnes très efficaces en matière de marketing de destination (1<sup>er</sup>), ainsi qu'à l'attitude extrêmement positive de la population envers les visiteurs étrangers (6<sup>ème</sup>), à la perception positive de la sûreté contre le crime et la violence (14<sup>ème</sup>) et à une bonne infrastructure du transport aérien (5<sup>ème</sup>). Le pays enregistre cependant des faiblesses liées, notamment, aux restrictions à l'accès à la propriété pour les étrangers (81<sup>ème</sup>) et à l'obtention des visas.

L'Égypte est classée à la 66<sup>ème</sup> place en dépit de sa richesse culturelle (avec sept sites classés patrimoine mondial). Elle est bien positionnée en termes de compétitivité-prix (2<sup>ème</sup>), en lien avec les niveaux relativement bas des prix du carburant, des taxes sur les billets d'avion et des frais aéroportuaires. De plus, ce pays accorde plus de priorité au secteur touristique, avec des dépenses relativement élevées pour assurer la présence du pays aux principales foires de tourisme et des conditions favorables d'octroi de visa. Cependant, l'Égypte ne dispose pas d'importantes ressources humaines qualifiées dans ce secteur (82<sup>ème</sup>) avec un manque

d'infrastructures aussi bien au niveau touristique (79<sup>ème</sup>) qu'au niveau des technologies de l'information et de la communication (87<sup>ème</sup>).

### 3. Classement du Maroc en matière de compétitivité touristique

Le Maroc est classé à la 67<sup>ème</sup> place avec un score de 3.91/7, perdant ainsi 10 places par rapport à l'année 2007. Ce résultat s'explique en particulier par un recul dans le classement enregistré au niveau des infrastructures, notamment celles relatives au transport terrestre (-13 places), à la perception de sûreté et de sécurité (-18), au système de santé et d'hygiène (-17). Le Maroc a aussi affiché de faibles résultats quant à la qualité des ressources naturelles, culturelles et humaines (-20).

Toutefois, le Maroc déploie, selon le FEM, des efforts considérables pour le développement du tourisme comme un des secteurs prioritaires dans la politique économique nationale (23<sup>ème</sup>). Il est également reconnu pour le nombre de sites culturels reconnus patrimoine mondial (19<sup>ème</sup>). Notre pays bénéficie, en outre, d'un régime favorable d'octroi de visas (27<sup>ème</sup>) et de la facilité de création d'entreprises (22<sup>ème</sup>). Ces efforts sont étayés par l'efficacité en matière de marketing de destination ainsi que par le développement durable au niveau de l'industrie des voyages et du tourisme (10<sup>ème</sup>) (tableau 2).

**Tableau 2 : Balance des forces et des faiblesses du secteur du tourisme marocain**

Forces	Rang/130	Faiblesses	Rang/130
Développement soutenable de l'industrie des voyages et du tourisme	10	Protection des réserves nationales	119
Efficacité du marketing de destination	18	Usage de l'Internet dans les affaires	107
Nombre de sites reconnus patrimoine mondial	19	Lignes téléphoniques	106
Ouverture au tourisme	20	Taux d'inscription au cycle secondaire	105
Temps requis pour démarrer une entreprise	22	Nombre total de lits d'hôpitaux	100
Niveau de concentration des matières	22	Taux d'inscription au cycle primaire	100
Priorité accordée par le gouvernement à l'industrie des voyages et du tourisme	23	Nombre de médecins au kilomètre carré	99
Prévoyance de sida	24	Accès à l'eau potable	92
Formalités de visa	27	Espérance de vie	86
Participation aux foires de tourisme	32	Densité des aéroports	82
Présence de compagnies de location de voiture	33	Niveau des prix pratiqués par les hôtels « Hotel Price Index »	81
Efficacité du service de la police	36	Assainissement	74
Nombre d'opérateurs	36	Nombre de foires internationales et expositions	64
Voyages d'affaires	37		
Parité de pouvoir d'achat	39		
Emissions du dioxyde de carbone	41		
Qualité du réseau de transport national	42		
Transparence dans l'élaboration des politiques	49		
Capacité en sièges offerts par kilomètre par les compagnies aériennes	49		

Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008

Dans le but d'améliorer davantage la compétitivité de ce secteur, le Maroc devrait selon le rapport du FEM, déployer des efforts pour améliorer les niveaux de santé et d'hygiène, moderniser le système éducatif et apporter les réformes nécessaires quant au développement de l'infrastructure du transport aérien et des technologies de l'information et de la communication.

#### **4. Principaux axes de la stratégie du Maroc pour dynamiser le secteur touristique**

Le rapport du FEM constitue une source importante pour évaluer la compétitivité du Maroc en matière de voyages et de tourisme. Il est aussi l'occasion de positionner notre pays par rapport aux pays voisins méditerranéens et s'inspirer des expériences internationales réussies. Toutefois, malgré son importance, ce rapport comprend des limites, dont certaines ont été soulignées ci-dessus, qui risquent d'être à l'origine d'un classement inadéquat de certains pays.

En effet, concernant le Maroc le rapport recourt, dans certains cas, à des statistiques anciennes. C'est le cas par exemple des statistiques retenues pour la variable sur la liberté des ciels qui se réfèrent à l'année 2005. Le résultat est que, le classement du Maroc à la 54<sup>ème</sup> place ne prend pas en considération l'impact de l'accord « Open sky » conclu avec l'Union européenne sur la liberté du ciel, entré en vigueur en 2006. Il en est de même pour l'infrastructure téléphonique et de l'usage de l'Internet pour lesquels le rapport recourt aux statistiques de l'année 2004.

Par ailleurs, le rapport n'a pas pris en considération les efforts déployés par les pouvoirs publics pour développer le secteur du tourisme et des voyages l'érigeant en priorité économique nationale. En effet, l'Etat, a prévu dans le cadre de la stratégie globale, dite vision 2010<sup>2</sup>, la mise en œuvre de stratégies foncières, fiscales et financières adaptées pour édifier un environnement favorable à l'investissement touristique au Maroc.

Sur le plan légal et réglementaire, il a été décidé de définir la notion d'entreprises touristiques ou à vocation touristique. Sur le plan de la réorganisation du dispositif institutionnel, les mesures prises concernent en particulier :

- la mise en place, par l'Observatoire du tourisme, d'un plan stratégique pour la période 2009-2011. L'objectif étant de permettre à cet organe, outre son rôle de collecte et d'analyse de l'information, d'anticiper les changements conjoncturels et de mieux accompagner le développement du secteur touristique ;
- la mise en place des Programmes de Développement Régionaux et Touristiques (PDRT), qui définissent les objectifs assignés à chaque destination touristique (nuitées, arrivées, capacité, clientèle à cibler, etc.), les besoins en matière d'investissements stratégiques publics et privés nécessaires et les ressources humaines nécessaires à la mise en œuvre de ce programme ;
- la dotation des services extérieurs du Département du Tourisme d'un nouveau statut portant organisation des représentations régionales et des délégués du tourisme ;
- la réorganisation des associations professionnelles par la création d'une Fédération Nationale du Tourisme ;

---

<sup>2</sup> Cette stratégie ambitionne d'atteindre 10 millions de touristes (dont 7 millions d'étrangers) et porter la contribution du secteur au PIB à 20 % à l'horizon 2010.

- la mise en place d'instances mixtes au niveau national et régional par la création de Conseils Régionaux ou Provinciaux du Tourisme, du Conseil National du Tourisme et du Comité Stratégique du Tourisme.

Sur le plan financier, plusieurs dispositions ont été prises. Il s'agit notamment de :

- l'implication du secteur bancaire dans le financement du tourisme à travers l'octroi des crédits à moyen et long terme à des taux attractifs et stables ;
- la mise en place d'un mécanisme de financement des projets de rénovation des établissements d'hébergement classés ayant au moins sept années d'exploitation ;
- l'adoption de niveaux minimums de capitalisation en fonds propres selon la nature et la taille des projets ;
- l'implication du secteur des assurances dans le financement en fonds propres de la nouvelle politique touristique et l'orientation de l'épargne nationale et internationale vers le financement du secteur à travers les marchés nationaux.

Sur le plan commercial, les réformes engagées par le Maroc concernent notamment :

- la mise en œuvre d'une stratégie « produit » visant à entretenir et à développer tout au long de la décennie l'attraction de la destination Maroc avec le développement de six nouvelles stations, notamment Saïdia-Ras El Ma, Khmis Sahel, El Haouzia, Mogador, Taghazout et Plage Blanche ;
- la consolidation de la baie d'Agadir, qui représente près du quart de la capacité d'accueil nationale, par une offre produit de qualité, l'implication des grands groupes internationaux, une gamme variée de tourisme et un doublement de la capacité actuelle soit 20000 chambres ;
- le repositionnement et la restructuration du littoral de Tétouan ;
- le repositionnement du produit culturel (Marrakech, Ouarzazate, Fès, Meknès, Rabat et Casablanca) ;
- le développement du tourisme rural, qui joue un rôle important dans le développement des zones économiquement défavorisées ;
- le lancement par l'ONMT d'une nouvelle campagne promotionnelle visant aussi bien les marchés traditionnels que de nouveaux marchés comme la Russie et les pays arabes

Dans une logique de continuité, le Maroc ambitionne de se doter d'une approche stratégique qui délivre une vision prospective du secteur touristique à l'horizon 2020, à travers la construction d'une offre solide, différenciée, diversifiée et équilibrée. La vision 2020 vise à consolider les acquis de la vision 2010 et adoptera une approche ascendante basée davantage sur le qualitatif que le quantitatif. Elle sera construite à partir des vocations touristiques territoriales et aboutira à des plans de développement touristique régionaux.

Cette vision prendra en considération l'état de la demande internationale et de la concurrence à cet horizon et tiendra compte des exigences d'un tourisme durable, responsable, préservant les ressources naturelles et patrimoniales.

En parallèle, de grands projets d'infrastructures (routes, autoroutes, ports, aéroports, eau, électricité, villes nouvelles, etc.) ont été initiés au cours de la dernière décennie. C'est

ainsi que le réseau autoroutier, connaît une nouvelle dynamique de déploiement notamment depuis fin 2005, période pendant laquelle le rythme de construction a été porté de 100 à 160 km par an. L'objectif est d'étendre le réseau actuel à 1420 km au total d'ici 2010 sur les axes Nord-sud et Est-Ouest.

Pour accompagner cette nouvelle politique touristique, le dernier grand projet en matière d'infrastructure routière concerne la réalisation de la rocade méditerranéenne. Ce projet consiste à relier les pôles économiques de Tanger-Tétouan et Berkane-Oujda grâce à une rocade longue de 510 km.

L'infrastructure aéroportuaire a été aussi mise en chantier avec l'objectif de porter la capacité globale d'accueil de 12 à 18 millions de passagers en 2010, de moderniser les installations et les équipements aéronautiques. A citer dans ce cadre :

- le nouveau terminal de l'aéroport Mohammed V de Casablanca qui est entré en activité ;
- la mise en service, dès avril 2006, du deuxième terminal de l'aéroport de Marrakech Menara et le lancement des travaux de réaménagement du hall du premier terminal ainsi que la construction d'une nouvelle salle d'embarquement. Des travaux de construction d'un troisième terminal sont également programmés ;
- d'autres projets annoncés tels que le nouveau terminal de l'aéroport de Tanger, la nouvelle aire de stationnement dédiée aux avions, la nouvelle aérogare passagers à Essaouira et un nouveau terminal pour l'aéroport d'Oujda.
- la mise en place d'une politique volontariste de libéralisation assurant une synchronisation entre la capacité croissante de lits et les sièges d'avions additionnels. Elle s'est concrétisée avec l'entrée en vigueur, en 2006, de l'accord aérien de ciel ouvert « Open sky » avec l'Union européenne. Cet accord permet, outre le développement des liaisons entre le Maroc et les pays de cette région, le rapprochement des réglementations et l'harmonisation avec les règles européennes en matière de sécurité, de sûreté de l'aviation civile et de la navigation aérienne.

## Structure et poids des variables dans l'indice global

Piliers	Nature et nombre des variables	
	Qualitatives	Quantitatives
<b>A : Cadre réglementaire des voyages et du tourisme</b>		
<b>1. Politiques et réglementations</b>	4	4
Evalue les politiques publiques en termes d'incitations et d'obstacles à l'attractivité économique (protection du droit à la propriété, conditions d'octroi de visa, réglementation des IDE et la liberté des accords bilatéraux relatifs au service aérien, temps et coût nécessaires pour créer une entreprise).		
<b>2. Développement environnemental durable</b>	3	4
Prend en considération l'efficacité et la capacité de la réglementation de l'environnement à assurer le développement du secteur touristique sans une exploitation démesurée des ressources (naturelles, culturelles, sociales, etc.). Il tient compte également de la priorité qu'accorde le gouvernement au développement soutenable de l'industrie de voyages et de tourisme.		
<b>3. Sûreté et Sécurité</b>	3	1
Mesure l'impact et le coût de la criminalité, de la violence et du terrorisme sur l'environnement des affaires ainsi que le degré de maintien de l'ordre par la police et la protection contre le crime.		
<b>4. Santé et Hygiène</b>	0	4
Prend en considération l'accès à l'eau potable et l'hygiène pour les voyageurs ainsi que les efforts du gouvernement de réduire les risques de pandémie dans le pays. Il mesure aussi la disponibilité de médecins et de lits d'hôpital.		
<b>5. Priorité accordée au secteur des voyages et du tourisme</b>	2	2
Tient compte des budgets consentis au secteur dans le budget global. Il prend aussi en considération l'assistance aux foires internationales et l'assistance aux organes chargés de promouvoir le « marketing de destination ».		
<b>B : Environnement des affaires et Infrastructures du secteur des voyages et du tourisme</b>		
<b>1. Infrastructure du transport aérien</b>	2	4
Mesure la facilité d'accès à un pays donné. Le trafic aérien est mesuré par la capacité en sièges offerts dans les compagnies aériennes (SKO siège kilomètres ou ASK Available Seat kilometre), le nombre de départs d'avions, la densité des aéroports, le nombre de lignes aériennes opérationnelles, le nombre de compagnies aériennes opérantes, et la qualité des infrastructures du transport aérien, tant pour les vols intérieurs qu'internationaux.		
<b>2. Infrastructure du transport terrestre</b>	4	1
Mesure la qualité du réseau routier, des chemins de fer et des ports, ainsi que l'efficacité de l'infrastructure du transport pour l'accès aux centres d'affaires et touristiques du pays.		

Piliers	Nature et nombre des variables	
	Qualitatives	Quantitatives
<b>3. Infrastructure touristique</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Inclut l'importance de l'infrastructure d'hébergement touristique, la présence des compagnies de location de voiture, ainsi que la disponibilité des guichets automatiques pour ce qui de l'infrastructure financière.		
<b>4. Infrastructure des TIC</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
Mesure la qualité de l'infrastructure des technologies de l'information et de la communication par le taux de pénétration des TIC (Internet et lignes téléphoniques).		
<b>5. Compétitivité-prix dans l'industrie des voyages et du tourisme</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
Mesure la compétitivité-prix dans l'industrie des voyages et du tourisme par des facteurs tels que les taxes sur les billets d'avion et les frais à l'aéroport, le niveau de taxation et la parité de pouvoir d'achat dans le pays ainsi que le coût de l'hébergement dans les hôtels.		
<b>C : Ressources naturelles, culturelles et humaines des voyages et du tourisme</b>		
<b>1. Ressources humaines</b>	<b>6</b>	<b>4</b>
Prend en considération la qualité de la santé, de l'éducation et des niveaux de la formation. L'importance des inscriptions aux cycles primaire et secondaire, ainsi que la qualité globale du système d'éducation dans un pays. Il prend aussi en compte l'ampleur de la formation du personnel par entreprise et la disponibilité de la main d'oeuvre qualifiée et la flexibilité du marché de l'emploi en termes de recrutement et de licenciement ainsi que les difficultés rencontrées par des travailleurs étrangers pour accéder au marché de l'emploi. Sont aussi pris en compte la qualité de santé de la main d'oeuvre et l'espérance de vie de la population dans le pays ainsi que le coût spécifique du Sida pour les entreprises.		
<b>2. Perception nationale du tourisme et Affinités avec les voyages et le tourisme</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Mesure l'ouverture du secteur de tourisme (les dépenses touristiques et les recettes en pourcentage du PIB) et l'attitude générale de la population envers le tourisme et les visiteurs étrangers.		
<b>3. Ressources naturelles</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
Prend en considération le pourcentage des réserves nationales protégées, la qualité de l'environnement naturel, la richesse de la faune du pays et les risques sanitaires, en particulier le risque des maladies tropicales.		
<b>4. Ressources culturelles</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Mesure l'acquis et l'héritage culturel en particulier le nombre de sites classés patrimoine mondial par l'UNESCO ainsi que le nombre de foires et expositions internationales organisées dans le pays.		
<b>Total des variables</b>	<b>29</b>	<b>42</b>