
Répercussions sociales sur le secteur de l'hôtellerie et du tourisme des événements consécutifs au 11 septembre 2001

Document d'information présenté pour discussion
à la Réunion informelle sur les répercussions sociales
sur le secteur de l'hôtellerie et du tourisme
des événements consécutifs au 11 septembre 2001
(25-26 octobre 2001)

Genève, 2001



Table des matières

1.	Contexte et questions clés.....	1
1.1.	Facteurs influant sur la demande.....	1
1.1.1.	Ralentissement de l'économie.....	1
1.1.2.	L'impact du 11 septembre.....	2
1.2.	Des marchés multiples.....	3
1.3.	Données disponibles.....	3
2.	Expérience du passé.....	4
2.1.	La guerre du Golfe.....	4
2.1.1.	Le marché américain.....	4
2.1.2.	Le marché japonais.....	5
2.1.3.	Le marché britannique.....	6
2.2.	Place Tiananmen, Chine.....	6
2.3.	Luxor, Egypte.....	6
2.4.	Evaluation de l'impact.....	7
2.5.	En résumé.....	8
3.	Les marchés, les destinations et le secteur.....	9
3.1.	Les marchés du voyage.....	9
3.1.1.	Etats-Unis.....	9
3.1.2.	Japon.....	10
3.1.3.	Allemagne.....	11
3.1.4.	Royaume-Uni.....	11
3.2.	Destinations.....	12
3.2.1.	Australie.....	12
3.2.2.	Thaïlande.....	13
3.3.	Le secteur du voyage.....	13
3.4.	En bref.....	14
4.	Principales questions.....	15
4.1.	Scénarios possibles.....	15
4.1.1.	Voyages à destination des Etats-Unis.....	16
4.1.2.	Voyages à destination de l'Europe.....	16
4.1.3.	Voyages à destination du Moyen-Orient.....	17
4.1.4.	Voyages à destination de l'Afrique.....	17
4.1.5.	Voyages à destination de la région Asie-Pacifique.....	18
4.1.6.	Voyages à destination des Caraïbes.....	18
4.2.	Quelques problèmes relatifs au marché du travail.....	19

1. Contexte et questions clés ¹

1. Les attentats terroristes qui ont frappé New York et Washington le 11 septembre 2001 sont, par leur ampleur et leur impact, sans précédent. La réaction immédiate du gouvernement des Etats-Unis et les opérations militaires qu'il a déclenchées contre le gouvernement de l'Afghanistan et contre le réseau terroriste dirigé par Oussama Ben Laden conduisent à penser que nous entrons dans une longue période d'insécurité mondiale. De l'avis unanime, le secteur des voyages et du tourisme est le secteur de l'économie mondiale qui est le plus vulnérable aux menaces qui pèsent sur la sécurité et il a été immédiatement touché.
2. Comme ces attentats et leurs retombées sont d'une ampleur sans précédent dans l'histoire moderne des voyages et du tourisme, il n'existe pas de base historique pour évaluer leurs conséquences probables. L'analyse des effets des précédentes atteintes à la paix mondiale permet de se faire une certaine idée de la manière dont le secteur pourrait réagir, mais les enseignements que l'on peut en tirer ne peuvent être qu'imparfaits.

1.1. Facteurs influant sur la demande

3. La demande de voyages — intérieurs ou internationaux — est déterminée à la fois par des facteurs économiques (revenus des voyageurs et coûts des voyages) et par la confiance des voyageurs: ils doivent juger qu'il n'est pas à ce point plus risqué d'entreprendre tel ou tel voyage et de choisir telle ou telle destination que de rester chez eux. Dans les circonstances actuelles, il n'est plus possible, à l'échelle mondiale, de faire cette hypothèse. La crainte de prendre l'avion pourrait rapidement s'atténuer, mais la sécurité en général est une préoccupation qui est désormais dans tous les esprits. L'instinct conduit chacun à penser que l'environnement qui lui est familier est le lieu le plus sûr, même si, du seul point de vue de la logique, ce n'est pas forcément le cas.

1.1.1. Ralentissement de l'économie

4. Avant le 11 septembre 2001, le secteur mondial des voyages et du tourisme devait déjà faire face à un ralentissement de la demande dû à une conjoncture économique morose. Selon l'indice des indicateurs précurseurs composites de l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques), qui utilise une série complexe d'indicateurs interdépendants de la production industrielle pour évaluer l'évolution du PIB, les points de retournement historiques de l'indice composite de la production industrielle ont coïncidé avec ceux des économies dans leur intégralité. L'indice de l'OCDE est une série chronologique agrégée et lissée afin de faire ressortir les grandes tendances macroéconomiques. Il indique ces tendances pour les douze mois à venir.

¹ Document d'information est fondé sur un document préparé par Travel Research International Ltd. (Royaume-Uni) pour le Bureau international du Travail.

Tableau 1. Indicateur précurseur composite de l'OCDE pour août 2001 (pourcentage de variation par rapport à juillet 2000)

Principaux groupements de pays	
Ensemble des Etats membres de l'OCDE	-3,5
Union européenne (15 pays)	-3,8
Zone de libre-échange nord-américaine	-4,5
Principaux pays	
Etats-Unis	-5,2
Canada	-4,1
Japon	-2,2
Allemagne	-5,2
France	-6,4
Italie	-0,2
Royaume-Uni	-0,6

Source: OCDE.

5. A l'exception du Royaume-Uni et de l'Italie, les performances économiques des Etats membres de l'OCDE ont beaucoup diminué dans les douze mois qui ont précédé août 2001. Cela avait déjà un effet marqué sur le secteur mondial des voyages et du tourisme.
6. Les Etats-Unis, dont l'économie joue un rôle clé, sont restés au bord de la récession tout au long de 2001; aucun signe de sortie de la stagnation économique n'a été observé au Japon; dans l'Union européenne, la demande a stagné et un ralentissement était en cours (exception faite du Royaume-Uni dont l'économie, du moins temporairement, avait un comportement anticyclique).
7. Il est important de noter que la faiblesse de l'économie entraînait déjà un tassement de la demande de main-d'œuvre et des pertes d'emplois dans le secteur des voyages et du tourisme, avec des licenciements dans les compagnies aériennes et une croissance faible, voire nulle, des arrivées de touristes dans certains pays.

1.1.2. L'impact du 11 septembre

8. L'impact du 11 septembre doit être considéré de deux points de vue différents.
9. Premièrement, la forte réduction immédiate de la demande de voyages a eu un effet également immédiat sur le secteur des voyages et du tourisme. En l'espace de quelques semaines, les pertes d'emplois dans les compagnies aériennes ont largement dépassé la barre des 100 000; les chaînes d'hôtels ont licencié, de même que les voyagistes et les agences de voyages. Cela a eu des retombées sur des secteurs tels que la restauration, le commerce de luxe, les fournisseurs de l'aviation et beaucoup d'autres sous-secteurs qui dépendent en partie des voyages, mais il faudra sans doute plus de temps pour que ces effets se fassent totalement sentir. Ces réactions étaient à attendre et sont conformes aux effets des perturbations qui ont touché par le passé le secteur des voyages (voir plus loin).
10. Deuxièmement, les événements du 11 septembre ont fait sentir leurs effets sur une économie mondiale déjà affaiblie. Il semble probable qu'ils feront plonger beaucoup des principales économies dans la récession. Cela signifie que l'on ne peut pas s'attendre à ce que la demande de voyages et de services de tourisme (et donc la demande de main-

d'œuvre dans ce secteur) se redresse de la même manière que par le passé, lorsque les problèmes étaient apparus dans le contexte d'une économie mondiale dynamique.

11. Le secteur des voyages et du tourisme doit donc faire face à une double menace — le choc immédiat d'une forte réduction de la demande due à une perte de confiance et l'impact à plus long terme — et potentiellement plus profond — de la récession économique.

1.2. Des marchés multiples

12. Il est trompeur de parler d'un marché mondial des voyages, car il y a en fait plusieurs marchés des voyages. Chaque pays a son marché intérieur qui est souvent, et de loin, le plus important (c'est le cas notamment en Amérique du Nord où les voyages intérieurs représentent la grande majorité de l'activité du secteur).
13. De même, le marché des voyages internationaux est fragmenté. La plupart des voyageurs internationaux partent pour des destinations qui sont situées dans la région où ils habitent (voyages intrarégionaux). Les voyages interrégionaux représentent une part relativement faible du total. Ainsi, les deux tiers environ des voyages des résidents des Etats-Unis à l'étranger ont pour destination le Mexique ou le Canada; 94 pour cent des voyages à l'étranger des ressortissants allemands et 83 pour cent de ceux des ressortissants britanniques ont pour destination des pays d'Europe; presque 60 pour cent des Japonais qui voyagent à l'étranger ont pour destination l'Extrême-Orient et l'Asie du Sud-Est. Les voyages long-courriers à destination d'autres régions sont relativement peu nombreux (même si, en valeur, ils représentent une part plus importante).
14. Les voyages intrarégionaux et les voyages interrégionaux ont des caractéristiques différentes. De ce fait, quand on analyse l'emploi dans ce secteur dans une région ou un pays donné, il faut examiner les composantes de la demande de voyages dans cette région ou ce pays et à destination de cette région ou de ce pays et évaluer l'impact probable des facteurs économiques et non économiques sur la demande future.
15. Environ quatre voyages internationaux sur dix ont pour origine quatre pays — Etats-Unis, Allemagne, Japon, Royaume-Uni. Ces quatre pays représentent aussi environ 40 pour cent des dépenses mondiales en voyages internationaux.

1.3. Données disponibles

16. Depuis le 11 septembre 2001, les sources officielles de statistiques n'ont pas eu le temps d'établir et de publier des indicateurs pour le secteur des voyages. Les données qui existent proviennent presque exclusivement du secteur des voyages lui-même — ventes des agences de voyages, activité des voyagistes, réservations d'hôtel, données des autorités aéroportuaires, données à court terme sur les transports de passagers, etc. Même s'il existait des données officielles, il faut se rappeler que les attentats du 11 septembre ont eu lieu six semaines seulement avant la réunion du BIT. C'est une période beaucoup trop courte pour que l'on puisse analyser les tendances et en tirer des conclusions qui puissent servir de guide pour l'avenir.
17. La section 3 de ce document, qui traite de l'impact du 11 septembre sur les marchés et le secteur des voyages, ne peut donc s'appuyer que sur des faits incomplets et parfois même anecdotiques. Il faut se garder de généraliser à partir de données partielles et souvent locales.

2. Expérience du passé

18. Les attaques terroristes du 11 septembre et leurs conséquences sont sans précédent dans l'histoire du tourisme contemporain. Nous avons été confrontés ces dernières années à des guerres (au Kosovo, en Yougoslavie ou dans le Golfe), à des actes terroristes (Sri Lanka, Egypte ou Turquie), à des soulèvements et à d'autres troubles majeurs (Fidji, Myanmar ou Chine), qui ont eu des répercussions très importantes sur la croissance des voyages et du tourisme. Ces événements ont cependant toujours été circonscrits à une région du monde ou à une destination touristique en particulier et les futurs touristes ont pu changer leurs plans et reporter leurs projets vers des régions plus sûres. Les entreprises travaillant dans le secteur du tourisme ont pu, à l'exception de celles des zones concernées, rediriger leurs activités sur d'autres régions.
19. En revanche, les attaques qui ont eu lieu aux Etats-Unis constituent les actes terroristes les plus terribles que le monde n'ait jamais connus. C'est la première fois depuis la deuxième guerre mondiale que l'on se trouve face à un conflit dont tous les pays de la planète, unis dans la même incertitude quant à son déroulement, vont subir les effets. Jamais les Etats-Unis, qui génèrent le flux touristique le plus important du monde, n'avaient connu pareille situation sur leur sol. Même si les attaques se sont produites sur leur territoire et que l'offensive est actuellement limitée en Afghanistan, personne ne sait vraiment sur quel terrain elle se déroule, si et jusqu'où elle va s'étendre ni combien de temps elle va durer.
20. Les expériences passées peuvent donner une indication, même très imprécise, des effets que ces événements pourront avoir sur le marché et permettre d'évaluer les changements qu'ils vont provoquer en matière de demande touristique, en particulier dans les principaux pays d'origine des touristes, à savoir les Etats-Unis, l'Allemagne, le Japon et le Royaume-Uni.

2.1. La guerre du Golfe

21. La guerre du Golfe, qui s'est déroulée en 1991 et a duré environ six semaines, est certainement l'événement le plus comparable actuellement, en termes de répercussions, aux attaques terroristes aux Etats-Unis. C'est également, de toutes les crises qui ont eu lieu dans le monde ces dernières décennies, celle qui a le plus affecté le secteur du tourisme. Le tourisme international, qui avait cru à un taux moyen de 7,7 pour cent dans les cinq années qui ont précédé 1991, a freiné brusquement cette année-là et, bien que son taux de croissance ne soit jamais devenu négatif, il n'a augmenté que de 1,2 pour cent. Le transport aérien international a quant à lui connu une baisse d'environ 5 pour cent (et les trois années qui ont suivi ont été très difficiles sur le plan commercial pour les compagnies aériennes). Comme on pouvait s'y attendre, il y a eu une baisse importante du nombre de voyages au Moyen-Orient (moins 6,6 pour cent), mais les autres régions ont, elles aussi, connu une croissance faible. C'est l'Europe qui a enregistré les plus mauvais résultats, avec une croissance des arrivées de 0,1 pour cent seulement. On a toutefois enregistré une augmentation de 3,7 pour cent des dépenses liées au tourisme international.
22. Le ralentissement de la croissance du tourisme provoqué par la guerre du Golfe n'a pas duré longtemps et, en 1992, toutes les régions du monde connaissaient une croissance des arrivées à des taux identiques à ceux de 1990, l'année précédant le déclenchement de la guerre. En fait, le secteur a perdu une année dans son expansion, puis la demande a repris.

2.1.1. Le marché américain

23. Le marché du tourisme américain n'est pas seulement le premier en termes de dépenses liées au tourisme, mais il est probablement le plus sensible pour ce qui est des voyages internationaux. Les voyageurs américains préfèrent rester chez eux lorsqu'il y a des

problèmes de sécurité à l'étranger (en 1991, par exemple, il y a eu 300 000 demandes de passeports de moins qu'en 1990, et 400 000 de moins en 1992). Du fait de la taille de ce marché, une baisse du nombre de voyages américains a des répercussions importantes sur un grand nombre de destinations. Des grands pays qui accueillent depuis longtemps des touristes, comme le Royaume-Uni, seront bien sûr touchés, mais aussi de plus petites destinations comme les îles des Caraïbes ou du Pacifique, qui peuvent souffrir de manière disproportionnée.

24. Les voyages des Américains à l'étranger (Mexique et Canada mis à part) ont baissé en tout de plus de 9 pour cent en 1991 à cause de la guerre du Golfe. Des principales destinations régionales, l'Europe est celle qui a été la plus touchée, avec une baisse du tourisme américain de presque 22 pour cent, et certains pays ont souffert plus que d'autres comme la France, qui a connu une baisse de 28 pour cent et le Royaume-Uni avec une baisse de 26 pour cent. L'Europe a dû attendre 1994 pour que le nombre de voyages en provenance des Etats-Unis retrouve son niveau de 1990. Les voyages américains ont également baissé dans la région de l'Asie et du Pacifique en 1991 (-3 pour cent), alors que le nombre de voyages vers les Caraïbes continuait à croître, certaines destinations (les Bahamas, la République dominicaine et la Jamaïque, par exemple) étant néanmoins victimes d'une chute de la demande.
25. Il a fallu du temps pour retrouver le niveau d'avant 1991. Le taux de croissance a presque atteint 10 pour cent en 1992, ce qui n'a fait que ramener les chiffres à leur niveau de 1990 et il a fallu attendre 1993 pour que le nombre de voyages sortants soit supérieur à ce qu'il était avant la guerre. En 1992, le taux de croissance des voyages vers l'Europe (13 pour cent) était supérieur à la moyenne du marché, mais comme il avait accusé auparavant une baisse bien supérieure, la région était encore loin d'avoir retrouvé les niveaux de 1990. Les deux principales destinations, le Royaume-Uni et l'Allemagne, ont dû attendre respectivement 1997 et 1998 pour retrouver leurs chiffres de 1990. Les voyages en Asie se sont quant à eux bien maintenus et, après une stagnation en 1991, ont connu une belle progression dans les deux années qui ont suivi.

2.1.2. Le marché japonais

26. Au début des années quatre-vingt-dix, le marché japonais s'était développé et comptait plus de 10 millions de voyageurs sortants. Il avait connu un fort taux de croissance avant la guerre du Golfe, qui s'établissait à environ 14 pour cent par an dans les deux années qui l'ont précédée. Toutefois, la guerre a provoqué un brusque renversement de cette tendance en 1991, avec une baisse de plus de 3 pour cent, même s'il faut noter qu'elle s'est limitée aux six premiers mois de l'année. Les destinations les plus lointaines sont celles qui ont été les plus touchées, avec une forte diminution des voyages à destination de l'Europe (moins 20 pour cent des arrivées en Allemagne et au Royaume-Uni, par exemple). La baisse a concerné également les pays d'Asie (10 pour cent de moins vers Singapour, 5 pour cent de moins vers Hong-kong, Chine, et une très faible croissance des voyages vers la République de Corée). Les voyages vers les Etats-Unis ont quant à eux connu une légère augmentation d'environ 3 pour cent.
27. Le marché a mis à peu près un an à récupérer, avec une forte croissance en 1992 (près de 11 pour cent), sans toutefois retrouver les niveaux d'avant la guerre du Golfe. A cette époque, la crise économique a commencé à produire ses effets, ce qui a eu un impact sur la demande en matière de tourisme. En 1993, le nombre des arrivées à certaines destinations, en particulier en Europe, était équivalent ou légèrement supérieur à celui atteint avant que la guerre éclate.

2.1.3. Le marché britannique

28. Le Royaume-Uni est le quatrième marché d'origine en termes de dépenses liées au tourisme. Toutefois, le marché des voyages à l'étranger était déjà en pleine stagnation avant le début des hostilités dans le Golfe, suite au ralentissement économique de la fin des années quatre-vingt, et la situation économique a continué à exercer un frein sur les voyages en 1990 et en 1991. Par ailleurs, les voyageurs du Royaume-Uni étant parmi les moins sensibles aux aléas géopolitiques, la guerre du Golfe a eu des répercussions limitées sur les voyages. Une légère baisse a été constatée (1 pour cent) qui a principalement affecté les voyages lointains, ce qui n'est pas surprenant. Mais le nombre de voyages à destination des Etats-Unis a connu une légère augmentation, de même que les voyages d'agrément vers les principales destinations européennes. Mais en 1992, la croissance a bien repris et les destinations lointaines ont été privilégiées.

2.2. Place Tiananmen, Chine

29. Les événements survenus sur la place Tiananmen en juin 1989 à Beijing ont consterné le monde entier et anéanti le tourisme en Chine qui connaissait, durant la seconde moitié de la décennie, une croissance assez soutenue en dépit de quelques fluctuations. Ce sont les voyages d'agrément à destination de la Chine qui ont été le plus durement touchés en raison de nombreuses annulations. Les arrivées de l'étranger ont diminué de plus 20 pour cent par rapport à 1988 et, parmi les principaux marchés de la Chine, seul celui de Taiwan, Chine, a pu tenir le coup. L'Amérique du Nord, l'Occident et le Japon ont vivement réagi aux événements et leurs marchés n'ont pas tardé à suivre: baisse de 40 pour cent des voyageurs en provenance du Japon et de près de 30 pour cent des voyageurs en provenance des Etats-Unis, du Royaume-Uni et d'Allemagne.

30. La loi martiale a été levée au début de 1990 mais l'image de la Chine a continué à décourager de nombreux visiteurs. Mais les voyageurs ont la mémoire courte et, après un anniversaire sans incidents, ils ont commencé à reparaitre; à la fin de l'année, le nombre total d'arrivées affichait sereinement une augmentation de 20 pour cent. Les principaux marchés occidentaux ont un peu plus tardé à se manifester et, s'ils sont tous revenus, leur croissance a été modeste, avec des chiffres inférieurs à 10 pour cent. Seul le Japon, qui avait accusé la plus forte baisse en 1989, a enregistré une reprise instantanée. Toujours est-il qu'en 1991 — alors que les voyages dans le monde étaient ralentis par la crise du Golfe — on a observé un rebondissement, notamment dû à l'Allemagne (plus 65 pour cent), au Royaume-Uni (plus 45 pour cent), au Japon (38 pour cent) et aux Etats-Unis (35 pour cent).

2.3. Luxor, Egypte

31. En novembre 1997, l'industrie du tourisme a été directement visée lorsque des terroristes ont tué 58 touristes sur le site du temple de la Reine Hatshepsout à Luxor (Egypte). Nombreux étaient les Suisses parmi les touristes. Cet événement ainsi que les autres survenus en Turquie durant la seconde moitié des années quatre-vingt-dix constituent l'un des rares cas où des touristes ont été la cible directe d'actes barbares de la part de terroristes.

32. Avant cet événement, l'Egypte jouissait d'une forte croissance des arrivées touristiques avec une augmentation de plus de 20 pour cent par an depuis 1994. Du fait que l'attaque a eu lieu vers la fin de l'année, une croissance marginale a même été enregistrée en 1997. Néanmoins, l'impact de l'attentat a été immédiat, avec une chute brutale du flux de touristes à destination de l'Egypte; à la suite des mises en garde lancées, l'industrie a été pratiquement paralysée. Les effets se sont prolongés tout au long de l'année suivante et le nombre d'arrivées a diminué de près 13 pour cent en 1998. Pratiquement tous les marchés

(à l'exception des pays arabes) ont été gravement touchés. Le Japon a accusé la baisse la plus forte (75 pour cent) et les activités avec l'Europe ont également souffert, probablement parce que l'attaque avait visé principalement des Européens; on a noté par exemple une baisse de 38 pour cent pour le principal marché européen de l'Egypte, l'Allemagne, et de 28 pour cent pour le Royaume-Uni. Le nombre de visiteurs en provenance des Etats-Unis a diminué de 13 pour cent.

33. Une nouvelle fois, en l'espace d'un an, l'industrie du tourisme a rebondi et on a enregistré en 1999 une croissance globale de 30 pour cent. Les hausses ont été particulièrement fortes avec plus de 100 pour cent pour le Japon et l'Allemagne, mais tous les marchés traditionnels du tourisme, y compris d'autres marchés européens et les Etats-Unis, se sont bien comportés.
34. Les recettes du tourisme international de l'Egypte ont suivi grosso modo le même schéma que les arrivées. Les résultats ont été plus marqués en 1997, mais la baisse de 1998 a été plus tranchée. De la même façon, la reprise en 1999 a été meilleure que pour les arrivées.
35. Il n'en reste pas moins qu'avec une croissance inexistante en 1997 et un repli en 1998 l'Egypte a perdu en pratique deux années de croissance touristique à cause de l'action terroriste de Luxor. Même si la confiance est revenue en 1999 et même si les arrivées ont atteint des valeurs records, la croissance, cette année, n'a pas été suffisamment forte pour ramener le tourisme aux niveaux qu'il aurait atteints si le massacre n'avait pas eu lieu.

2.4. Evaluation de l'impact

36. Le tableau 2 ci-dessous analyse les tendances des voyages en rapport avec les trois événements décrits plus haut. Il illustre la baisse de certains flux de voyageurs consécutive aux événements précités et montre également le volume des affaires auquel on aurait pu s'attendre si les événements n'avaient pas eu lieu (dans certains cas, cependant, d'autres facteurs ont également influencé sur les tendances des voyages).

Tableau 2. Indice des volumes du tourisme international en rapport avec certains événements ayant une incidence dans le monde (deux années avant l'évènement = 100)

	Deux ans avant	Un an avant	Année de l'évènement	Un an après	Deux ans après	Tendance deux ans après ^a
Guerre du Golfe (QTR 1991)						
Total des départs des Etats-Unis vers l'étranger	100,0	108,1	98,2	107,9	115,6	133
Etats-Unis vers Europe	100,0	111,2	87,3	98,7	103,6	137
Etats-Unis vers Moyen-Orient	100,0	111,6	61,3	165,3	177,2	191
Etats-Unis vers Asie	100,0	101,1	102,2	108,6	125,2	121
Total des départs du Royaume-Uni	100,0	100,4	99,3	109,0	118,3	130
Royaume-Uni vers Europe	100,0	99,5	99,5	107,4	107,2	119
Royaume-Uni vers Moyen- Orient	100,0	136,1	116,1	194,1	198,0	207
Royaume-Uni vers Asie de l'Est/Pacifique	100,0	103,9	101,9	123,4	124,4	152
Royaume-Uni vers Amériques	100,0	100,6	108,5	119,1	127,2	180

	Deux ans avant	Un an avant	Année de l'événement	Un an après	Deux ans après	Tendance deux ans après ^a
Total des départs du Japon	100,0	113,8	110,0	122,0	123,5	199
Japon vers Etats-Unis	100,0	104,9	107,8	118,6	115,0	192
Japon vers Royaume-Uni	100,0	113,3	90,7	109,7	97,4	279
Japon vers Allemagne	100,0	110,3	87,4	95,5	89,8	170
Massacre de Luxor (nov. 1997)						
Arrivées en Egypte en provenance de:						
Etats-Unis	100,0	112,7	113,7	99,1	126,5	104
Allemagne	100,0	136,9	137,4	85,8	171,8	122
Royaume-Uni	100,0	112,4	114,4	82,2	115,2	104
Italie	100,0	127,6	135,6	130,0	232,6	216
Japon	100,0	130,1	132,5	33,0	78,6	132
Place Tiananmen (juin 1989)						
Arrivées en Chine en provenance de :						
Amériques	100,0	100,1	75,0	79,0	108,7	147
Asie de l'Est/Pacifique	100,0	105,1	76,4	98,5	148,2	135
Europe	100,0	115,0	107,5	122,9	216,9	179

^a A savoir, quel aurait été l'indice sans les événements en se fondant sur le taux de croissance moyen annuel des cinq années précédentes.

Source: Travel Research International sur la base de données du département américain du Commerce et du Bureau national du tourisme.

2.5. En résumé

37. Les trois événements précités montrent comment les marchés mondiaux du tourisme et diverses destinations peuvent être touchés par un phénomène extérieur. Bien qu'on ne puisse pas en tirer des règles absolues et immédiates sur l'avenir de la crise actuelle, on peut néanmoins formuler quelques conclusions générales:

- les actes terroristes ont un impact instantané sur le tourisme;
- néanmoins, il est difficile de stopper la croissance internationale du tourisme; le tourisme mondial est tellement vaste et diversifié qu'un événement majeur ne suffit pas à empêcher une croissance des voyages;
- une fois l'événement perturbateur terminé, les marchés du voyage peuvent se ressaisir assez rapidement;
- l'impact immédiat dure généralement entre un et deux ans;
- même si la croissance repart, il y a un effet retard et les volumes d'affaires prévus ne peuvent alors être atteints qu'avec un certain retard;
- lorsqu'un problème surgit sur une destination donnée, les touristes ont tendance à opter pour une nouvelle destination;

-
- en période de crise, les voyages lointains sont davantage pénalisés que les voyages de proximité;
 - du fait de la nature intrarégionale de la majorité des voyages internationaux une grande partie de ceux-ci peuvent être relativement épargnés;
 - parce qu'ils dominent le tourisme international, un certain nombre de marchés, selon la manière dont ils réagissent — notamment les Etats-Unis, l'Allemagne, le Japon et le Royaume-Uni — ont un impact majeur sur les résultats de la plupart des destinations touristiques, grandes ou petites, établies ou émergentes;
 - les caractéristiques de ces marchés sont variables; d'une manière générale, les marchés européens réagissent moins nerveusement face au terrorisme international que ceux des Etats-Unis ou du Japon.

3. Les marchés, les destinations et le secteur

3.1. Les marchés du voyage

38. Afin d'illustrer les effets immédiats et les effets potentiels à plus long terme de la crise que traversent actuellement le voyage international et les industries du voyage, cette section présente quelques brefs exemples des tendances qui prévalent actuellement dans les quatre principaux marchés d'origine que sont les Etats-Unis, l'Allemagne, le Japon et le Royaume-Uni. Ces exemples peuvent être considérés comme reflétant les tendances dans d'autres pays de la même région.

3.1.1. Etats-Unis

39. Pour des raisons évidentes, l'impact immédiat des événements du 11 septembre sur le secteur du voyage et du tourisme a été spectaculaire aux Etats-Unis. On dispose de peu de données officielles, mais de nombreuses informations considérées ensemble permettent de comprendre ce qui s'est passé depuis cette date:

- deux des principales organisations hôtelières et de voyage des Etats-Unis — la Marriott Corporation et Carlson Companies — calculent que le chiffre d'affaires aux Etats-Unis a chuté de 35 à 40 pour cent dans le mois qui a suivi les attentats;
- Carlson Companies déclare que, pour les Etats-Unis, le chiffre d'affaires des voyages avait déjà diminué de 10 pour cent avant le 11 septembre et qu'il accuse désormais une baisse de 35 pour cent;
- à la mi-octobre, British Airways a annoncé que le trafic aérien transatlantique avait baissé de 30 pour cent à cause surtout de la crainte que les Américains éprouvent à l'idée de voyager;
- la Travel Industry Association of America (TIA) prévoit une chute radicale du nombre des voyages intérieurs au quatrième trimestre de 2001, et estime qu'il faudra attendre le troisième trimestre de 2002 pour retrouver les niveaux de 2000;
- la TIA prévoit également que, en 2001, les arrivées aux Etats-Unis de voyageurs en provenance de l'étranger (y compris le Canada et le Mexique) seront en baisse de 12,6 pour cent par rapport à 2000 et que la baisse sera de 17,1 pour cent pour les voyageurs en provenance d'autres régions. En 2002, la croissance devrait être de 4,3 pour cent au total et de 3,9 pour cent pour les voyageurs en provenance d'autres

régions, ce qui portera le nombre total des arrivées à quelque 4,6 millions de voyageurs, soit 9 pour cent de moins qu'en l'an 2000, les arrivées des voyageurs provenant d'autres régions diminuant de 14 pour cent (3,6 millions). Selon ces prévisions, il faudra attendre 2003 ou 2004 avant que les niveaux de l'an 2000 ne soient dépassés;

- une étude menée à bien à la mi-septembre par la TIA sur la confiance des consommateurs a montré que 69 pour cent des Américains qui prévoyaient un voyage d'agrément au cours des trois prochains mois n'avaient aucune intention de modifier leurs projets; 12 pour cent d'entre eux avaient annulé; 8 pour cent avaient ajourné et 11 pour cent ont déclaré avoir modifié d'une autre manière leurs projets de voyage.
40. Les Américains voyagent énormément à l'intérieur du pays et, lorsqu'ils voyagent à l'étranger, ils se rendent d'abord au Mexique et au Canada (plus de 55 pour cent de tous les voyages en partance des Etats-Unis), en Europe (17 pour cent), aux Caraïbes (8 pour cent), en Amérique centrale et en Amérique du Sud (7 pour cent), en Orient et dans les pays du Pacifique (5 pour cent). Les pays dans lesquels les visiteurs américains sont les plus nombreux seront sans aucun doute ceux qui pâtiront le plus de la diminution de la demande.
41. Il existe beaucoup d'autres prévisions semblables à celles qui sont énumérées ci-dessus. Toutes reflètent la profonde incertitude qui prévaut à la suite des événements du 11 septembre. S'il faut en croire le passé récent, certaines de ces réactions sont peut-être exagérément pessimistes.

3.1.2. Japon

42. Le marché du voyage japonais est le plus important de toute l'Asie; il a plutôt bien réagi à la faiblesse de l'économie japonaise. Rien n'indique que l'économie japonaise est sur le point de sortir du pot-au-noir, mais le nombre des voyageurs en partance a bien résisté, avoisinant les 18 millions en 2000. Voici quelques réactions du marché du voyage japonais:
- au cours des deux semaines qui ont suivi le 11 septembre, 290 000 personnes ont annulé des voyages à l'étranger — soit approximativement 20 pour cent de la moyenne mensuelle totale (et, par conséquent, quelque 40 pour cent du total sur la quinzaine);
 - les voyages transpacifiques, aux Etats-Unis et à Hawaï (qui, en 2000, représentaient environ 9 pour cent de tous les voyages en partance du Japon), ont diminué d'une manière radicale. Dans le mois qui a suivi l'attaque terroriste, les voyages vers les Etats-Unis ont chuté de 20 à 25 pour cent, et les voyages vers Hawaï de 50 pour cent;
 - la réaction a été moins grave concernant les autres destinations; les lignes aériennes japonaises ont fait savoir qu'elles prévoyaient que la demande de voyages aériens vers d'autres destinations internationales accuserait une baisse de 5 pour cent à la fin de l'année, alors que les voyages nationaux, qui se sont bien comportés au cours de 2001, devraient profiter de cette crise;
 - on ne dispose pas de beaucoup de détails, mais il semblerait que la principale crainte des voyageurs japonais vers les destinations internationales est de prendre l'avion; les suites des événements du 11 septembre, et notamment l'action militaire en Afghanistan, transforment cette crainte en une préoccupation généralisée concernant la sécurité à l'étranger, et l'on prévoit que la demande de voyages internationaux n'augmentera pas au Japon avant les premiers mois de 2002.

-
43. En résumé, on dispose de peu de détails, mais il semble que le marché du voyage au Japon sera affecté à moyen terme. La demande de voyages transpacifiques sera la plus touchée; s'il faut en croire le passé récent, le nombre des voyages vers l'Europe devrait aussi chuter, tandis que la demande pour le nord-est et le sud-est de l'Asie devrait s'accroître, du moins à la fin de l'hiver et avec l'arrivée de la période la plus touristique — qui commencera probablement au deuxième trimestre de l'année prochaine.

3.1.3. Allemagne

44. En termes de volume de voyages à l'étranger, l'Allemagne est, de loin, le plus gros marché dans le monde. Cependant, 94 pour cent des voyages à partir de l'Allemagne se font en Europe. Les voyages interrégionaux effectués par les Allemands sont très nombreux dans l'absolu, mais leur volume est tout à fait modeste comparé au trafic intrarégional. Depuis le 11 septembre, on a enregistré les réactions suivantes sur le marché:

- Au cours des journées qui ont suivi le 11 septembre, une vague d'annulations a frappé le secteur allemand des voyages;
 - les destinations les plus touchées ont été les Etats-Unis, l'est de la Méditerranée, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord;
 - dix jours après les événements, des rapports indiquaient que 25 pour cent des voyages prévus vers les Etats-Unis avaient été annulés et que les annulations frappaient aussi des destinations telles que la Turquie et l'Egypte (pour lesquelles la demande avait pourtant explosé en Allemagne en 2001), Dubaï et la Tunisie;
 - cependant, trois semaines après le 11 septembre, le marché du voyage international en Allemagne faisait état des premiers signes de redressement, sauf pour les Etats-Unis et le Moyen-Orient (il est important de noter que les rapports de mai 2001 faisaient état d'un déclin important du nombre des voyages en partance de l'Allemagne vers les Etats-Unis par rapport au niveau de l'année précédente, qui avait elle-même connu un déclin de 10 pour cent; on prévoyait un nouveau déclin de 30 pour cent pour 2001, que l'on imputait entièrement à la faiblesse de l'euro; les voyages de l'Allemagne vers le Canada avaient aussi diminué de 9 pour cent au cours des sept premiers mois de l'année en cours);
 - en ce qui concerne 2002, on estime que la demande générale en Allemagne reviendra à des niveaux plus normaux. Il se pourrait qu'il y ait un glissement de la demande de destinations de la Méditerranée orientale vers l'Espagne mais, même en ce qui concerne les Etats-Unis, on prévoit que la demande sera redevenue normale vers le milieu de l'année 2002.
45. En résumé, il semble que les voyageurs allemands surmonteront très rapidement leurs craintes initiales concernant la sécurité en voyage. A ce jour, l'Allemagne n'a fait l'objet d'aucune menace matérielle et, si les choses restent en l'état, ce marché très mature ne devrait subir qu'un déclin de la demande à court terme, avant que l'activité ne revienne à ses niveaux antérieurs. Cette conclusion est d'autant plus importante que l'on peut s'attendre à la même réaction de la part d'autres marchés d'origine en Europe du Nord et en Europe centrale, tels que l'Autriche, la Suisse, les pays du Benelux et la Scandinavie, ainsi que le Royaume-Uni.

3.1.4. Royaume-Uni

46. Le Royaume-Uni est le quatrième marché mondial du voyage international. Pourtant, en ce qui concerne les voyages lointains, il est le plus important en Europe pour les destinations

de la région de l'Asie et du Pacifique, et il est le deuxième marché étranger pour les Etats-Unis, après le Japon. Les réactions initiales aux événements du 11 septembre ont été les suivantes:

- tout comme en Allemagne, on a constaté une vague d'annulations et d'ajournements immédiate; pendant la dernière semaine de septembre, les nouvelles réservations pour l'hiver étaient inférieures de 33 pour cent à celles de l'année précédente; pour l'été 2002, les pré-réservations avaient chuté de 45 pour cent;
 - certains spécialistes ont fait savoir que les réservations pour les destinations du Moyen-Orient avaient diminué de 50 pour cent au cours des deux premières semaines, et que l'on avait enregistré 25 pour cent d'annulations;
 - BAA plc, le propriétaire des principaux aéroports de Londres, a fait savoir que, pour le mois de septembre, le trafic transatlantique avait chuté de 26 pour cent, et les voyages vers d'autres destinations lointaines de presque 7 pour cent;
 - cependant, le marché britannique montre des signes de redressement, tout comme le marché allemand, pour les destinations qui ne sont pas considérées comme particulièrement dangereuses; ainsi, les séjours hivernaux de ski dans des destinations européennes se vendent bien de nouveau à la mi-octobre; les agents de voyage, qui avaient fait mention d'une chute de 30 pour cent de leur chiffre d'affaires pendant le mois de septembre, ont fait savoir que les affaires reprenaient.
47. On dispose de très peu de chiffres fiables, mais il semble que la réaction du voyageur britannique a été d'ajourner ses décisions jusqu'à ce que la situation soit plus claire; c'est pourquoi les conclusions fondées sur les quatre semaines qui ont suivi le 11 septembre pourraient fournir une vision exagérément pessimiste de l'avenir à moyen terme.

3.2. Destinations

48. Peu de pays de destination ont su comment réagir jusqu'ici, parce que les informations fiables sur les marchés sont encore rares à ce stade. De manière générale, cependant, la réaction des pays touristiques a reflété le profil de leurs visiteurs. Au-delà de la réalité initiale d'une demande faible à travers le monde, les destinations les plus exposées sont celles pour lesquelles les Etats-Unis sont le principal ou l'un des principaux marchés d'origine. Cela signifie que des pays comme le Canada et le Mexique, une grande partie des Caraïbes, des pays européens clés comme le Royaume-Uni et certaines destinations d'Asie et du Pacifique souffriront sans doute le plus. En deuxième lieu, les destinations dont les visiteurs proviennent de loin, par exemple l'Australie, devraient souffrir d'un marché particulièrement faible.
49. On examinera brièvement ci-dessous les décisions stratégiques prises par deux grandes destinations touristiques, l'Australie et la Thaïlande.

3.2.1. Australie

50. Juste après le 11 septembre, La Commission australienne du tourisme (ATC) a interrompu ses campagnes publicitaires tactiques aux Etats-Unis, en Europe en Asie continentale et au Japon, à mesure que la demande touristique mondiale diminuait. L'ATC suivra étroitement les réactions des différents marchés. Elle s'attend à ce que l'Australie bénéficie de certains changements de destination, par exemple dans le cas des voyageurs britanniques qui choisiront de s'y rendre au lieu de visiter les Etats-Unis; elle s'attend aussi à ce que les

visiteurs en provenance des Etats-Unis soient très rares, mais estime que les voyageurs asiatiques, comme les Japonais, ne devraient pas être absents très longtemps.

3.2.2. Thaïlande

51. L'Autorité touristique de la Thaïlande (TAT) a immédiatement modifié ses plans commerciaux après le 11 septembre. Elle s'attend à ce que le nombre des visiteurs provenant des Etats-Unis et du Moyen-Orient chute fortement, et elle entend mettre l'accent sur les marchés d'origine plus proches, comme les pays de l'ANASE, l'Asie orientale et l'Océanie. Le budget commercial prévu pour les Etats-Unis sera transféré à ces marchés, et les campagnes viseront les groupes comme ceux qui avaient l'intention de visiter les Etats-Unis — jeunes, couples en voyage de noces, personnes âgées effectuant des séjours de longue durée et personnes participant à des réunions d'entreprises.
52. Ces campagnes donneront de la Thaïlande une image pacifique, bouddhiste et exempte de discriminations. En même temps, la sécurité des visiteurs sera renforcée.
53. Ces deux brefs exemples illustrent deux réactions générales: *a)* les crédits destinés au marketing seront transférés de marchés d'origine peu attrayants à des marchés plus prometteurs et *b)* des adaptations pragmatiques et opportunistes seront apportées aux campagnes de marketing; les pays de destination chercheront à exploiter leurs avantages comparatifs et à se distancier autant que possible des risques géographiques, religieux et culturels. Le marketing touristique a toujours été agressif; il risque fort de le devenir de façon brutale au cours des prochains mois.

3.3. Le secteur du voyage

54. La place manque ici pour énumérer l'ensemble des effets sur le secteur à travers le monde, mais les exemples ci-après serviront utilement d'indicateurs.
 - Aux Etats-Unis, les hôtels Marriott déclarent que les recettes de septembre sont inférieures de 25 pour cent à celles de l'année précédente (mais précisent, et c'est important, qu'elles étaient en baisse de 10 pour cent par rapport à 2000 avant le 11 septembre, ce qui traduit le ralentissement de l'économie américaine);
 - Marriott déclare également que la moitié des 2 millions de salariés du secteur hôtelier américain ont perdu leur emploi ou ont été contraints d'exercer un emploi de courte durée ou de travailler à temps partiel;
 - si la demande de voyage à l'intérieur des Etats-Unis reste inférieure de 35 pour cent à la normale, comme cela a été le cas au cours du mois suivant le 11 septembre, les entreprises Carlson affirment que 3,8 millions d'emplois seront perdus aux Etats-Unis. Si la situation «s'améliore» jusqu'au point où la demande n'est inférieure que de 20 pour cent à l'année précédente, les pertes d'emploi atteindront 2,2 millions (soit environ 12 pour cent de l'emploi total du secteur, qui atteint 19 millions);
 - l'Association des agents de voyage américains (ASTA) prévoit que les recettes de ses membres pour 2001 atteindront 9,9 milliards de dollars, contre 13,4 milliards en 2000; pour 2002, l'ASTA prévoit que les recettes atteindront tout juste 5 milliards de dollars et que les pertes d'emploi pourront dépasser le chiffre de 100 000;
 - l'Association du transport aérien des Etats-Unis s'attend à ce que le total des passagers-miles payants baisse de 39 pour cent au quatrième trimestre de cette année, de 23 pour cent au premier trimestre de 2002 et de 13 pour cent au deuxième trimestre, il devrait être revenu au niveau de 2001 au troisième trimestre;

-
- en dehors des Etats-Unis, il y aura de lourdes pertes d'emploi dans certains pays européens, car les agents de voyage et les tour-opérateurs licencieront une partie de leur personnel. Il pourra se produire des effets similaires sur les marchés asiatiques comme le Japon;
 - en raison de la baisse des réservations, le Club Méditerranée a annoncé la fermeture pour l'hiver de 15 de ses villages dans les Caraïbes, en Amérique centrale, en Afrique, au Moyen-Orient, en Europe et en Malaisie, ainsi qu'une réduction de 50 pour cent de son programme d'investissement pour l'année prochaine; par ailleurs, il en fermera quatre ou cinq autres si les perspectives de baisse s'aggravent. Ces décisions entraîneront une baisse de 15 pour cent de la capacité mondiale;
 - cependant, on constate également des signes positifs. Les principaux membres du secteur allemand des tour-opérateurs et des agents de voyage ont indiqué qu'il s'était produit dans la deuxième semaine d'octobre un retour des voyageurs aux destinations européennes et à certaines destinations lointaines (ainsi, on a signalé une forte demande pour les îles Canaries, l'Autriche, l'Italie, la France et la Suisse, ainsi que s'agissant des destinations lointaines, le Kenya, l'Afrique du Sud et les Caraïbes); les intéressés signalent que les Etats-Unis représentent une faible part de leurs recettes et ne manifestent pas publiquement de craintes excessives quant aux effets financiers sur leurs affaires de la faiblesse de la demande de voyage à destination de ce pays;
 - sur le plan mondial, il faut garder à l'esprit les effets de la récession économique sur la demande de voyage; s'il est certain que les événements du 11 septembre ont aggravé les choses, il n'en demeure pas moins que la demande était déjà faible pour de nombreux marchés et que certaines pertes d'emploi se seraient produites en tout état de cause;
 - le secteur aérien, qui fait l'objet d'une autre réunion de l'OIT, devrait perdre davantage d'argent en 2001 qu'il n'en a jamais perdu dans aucune année précédente, subir de nouvelles pertes en 2002, réduire ses capacités sur l'Atlantique Nord de quelque 20 pour cent et se trouver placé dans une situation où il lui sera difficile «d'amorcer la pompe» de la demande en temps voulu
 - une certaine pression à la hausse s'exercera sur les tarifs aériens en raison du faible taux d'utilisation des appareils et de la hausse des coûts de la sécurité et des assurances, mais les effets de cette hausse pourraient être inférieurs aux craintes si le prix du carburant reste faible;
 - si c'est sur le secteur du transport aérien que s'exercent actuellement les plus fortes pressions, les secteurs tels que l'hôtellerie, la restauration, la location de voitures et les croisières maritimes sont aussi touchés, comme le sont aussi les membres des associations de tour-opérateurs et d'agents de voyage; ces sous-secteurs, dont la demande découle du volume de voyage, sont tous menacés. Par ailleurs, la perte des clients américains, et éventuellement des clients japonais dans certains marchés, aura également davantage d'impact sur des secteurs comme le commerce de détail spécialisé (produits sur mesure et produits de luxe, ou encore centres culturels comme les théâtres londoniens, par exemple, dont le chiffre d'affaires dépend largement des voyageurs).

3.4. En bref

- 55.** Pour résumer, six semaines après le 11 septembre, l'impact des événements sur le secteur mondial du voyage et du tourisme est en gros le suivant:

-
- aux Etats-Unis, il s'est produit une baisse de 30 à 40 pour cent de la demande de voyage et de services liés aux voyages, demande qui ne montre guère jusqu'ici de signes d'amélioration;
 - en Europe, à la suite d'une baisse de même ampleur de la demande au cours des 3 à 4 semaines qui ont suivi le 11 septembre, certains signes indiquent que cette demande, tant à l'intérieur des pays qu'entre les pays de la région, repart à la hausse; la demande de voyages à longue distance, particulièrement de voyages transatlantiques, reste l'élément le plus faible;
 - en Asie, il s'est produit aussi une baisse immédiate de la demande, mais on y constate également des signes de reprise sur les marchés régionaux; mais, là encore, les voyages à longue distance, particulièrement les voyages transpacifiques restent l'élément le plus faible;
 - les destinations touristiques du monde entier modifient leurs programmes de marketing pour faire porter l'effort sur les marchés d'origine les plus proches; les efforts de marketing portant sur les marchés d'origine éloignés seront sans doute réduits au cours des prochains mois, moyennant certaines exceptions;
 - le secteur du voyage et du tourisme a enregistré une forte réduction de l'emploi sous l'effet direct des événements du 11 septembre, mais cette réduction doit être envisagée dans la perspective du ralentissement de l'économie mondiale. Il est à craindre que les effets de ricochet sur l'emploi secondaire dans les secteurs connexes soient également assez graves;
 - aux Etats-Unis, les pertes d'emploi risquent d'atteindre rapidement 10 pour cent de la main-d'œuvre du secteur et pourraient empirer dans les mois à venir. En Europe et en Asie, les effets seront sans doute moins graves; dans certaines régions de destination qui dépendent du marché du voyage américain, il y a lieu de craindre de fortes pertes d'emploi.

4. Principales questions

4.1. Scénarios possibles

- 56.** Six semaines après les attentats terroristes aux Etats-Unis et la riposte aérienne de ce pays en Afghanistan, la situation est trop changeante pour que l'on puisse en prévoir les répercussions sur le secteur du tourisme. Tout dépendra de la durée de la crise actuelle et de la tournure qu'elle prendra.
- 57.** Aux fins de ce document, on a envisagé divers scénarios: le «meilleur» serait qu'il n'y ait plus d'attentats terroristes aux Etats-Unis. En revanche, le «pire», cela pourrait être, notamment, d'autres attentats graves aux Etats-Unis, une flambée de terrorisme dans d'autres pays et une propagation dans d'autres régions de la guerre en Afghanistan. Entre ces deux extrêmes, il y a bien sûr de nombreux cas de figure. Entre autres questions importantes, on posera celles qui suivent:
- Dans quelle mesure une escalade de la guerre en Afghanistan pourrait-elle entraîner une récession du tourisme dans d'autres régions du monde?
 - Etant donné l'accroissement du nombre de cas de maladie du charbon aux Etats-Unis, le tourisme intérieur ou international risque-t-il de cesser dans ce pays?

-
- En cas de recrudescence du terrorisme ou des ripostes militaires, ou de propagation de ces actes dans d'autres pays, dans quelle mesure cette évolution pourrait-elle étouffer complètement la demande du tourisme international?

58. Avant le 11 septembre, la récession économique frappait déjà la demande de tourisme (alors que le taux d'expansion du secteur a été de 7,4 pour cent en 2000, l'Organisation mondiale du tourisme prévoyait un taux de 2,5 à 3 pour cent pour 2001. Ces chiffres ont été ramenés à 1,5-2 pour cent après le 11 septembre). L'incertitude a empiré la situation économique et les touristes préfèrent maintenant des destinations proches.
59. Néanmoins, les réactions des marchés divergent et les destinations touristiques changent. On peut donc s'attendre à ce que la crise ait des conséquences très différentes dans le monde. Sont résumées ci-après certaines d'entre elles.

4.1.1. Voyages à destination des Etats-Unis

60. Dans l'immédiat, les déplacements à destination des Etats-Unis, quel que soit le lieu de départ, vont être fortement freinés. La destruction des tours jumelles du World Trade Center a marqué les esprits; de plus, la crainte d'attentats chimiques ou biologiques et la peur bien réelle de la maladie du charbon font que le secteur du tourisme aux Etats-Unis est devenu très vulnérable; une reprise immédiate semble improbable. Nul ne sait s'il y aura d'autres attentats, ni quand ni où, mais l'ensemble des marchés, instinctivement, reste dans l'expectative.
61. Le tourisme en provenance de l'Europe — qui représente environ 70 pour cent des voyages entre l'Europe et les Etats-Unis — est en grande partie axé sur la Floride, l'un des foyers de l'anthrax. Il est donc probable que cette destination reste «en attente», au moins jusqu'à ce que la situation s'éclaircisse. De même, New York et la Nouvelle-Angleterre, deux autres destinations prisées par le marché européen, sont trop proches du théâtre des attentats pour que l'on puisse envisager de s'y rendre en toute tranquillité.
62. Autre marché important du tourisme vers les Etats-Unis: le Japon. Tant que la crainte de nouveaux attentats aux Etats-Unis ne se sera pas dissipée, il est improbable que ce marché se redresse. Hawaï, en particulier, de même que le territoire de Guam dépendent fortement du marché nippon (64 et 84 pour cent respectivement des touristes non américains qui s'y rendent viennent du Japon). Dans ces territoires, le secteur du tourisme sera gravement touché.
63. Si la situation aux Etats-Unis se stabilise, la demande en provenance de l'Europe pourra reprendre rapidement. L'Europe représente 23 pour cent des voyages vers les Etats-Unis et, d'une manière générale, le marché peut repartir vite. A ce sujet, la réaction du plus important marché européen pour les Etats-Unis, le Royaume-Uni (il représente 40 pour cent du marché européen, soit plus du double que l'Allemagne), pourrait jouer un rôle essentiel. Toutefois, il se peut que la demande des pays de la zone euro reste assujettie à des motifs économiques, même si la menace terroriste diminue.
64. Le pire scénario aurait pour effet, dans un avenir prévisible, d'empêcher pratiquement les voyages vers les Etats-Unis qui ne seraient pas indispensables. Dans ce cas, les retombées économiques sur le secteur du tourisme iraient bien au-delà des Etats-Unis et auraient un impact dévastateur et sans précédent sur le tourisme à l'échelle mondiale.

4.1.2. Voyages à destination de l'Europe

65. En Europe, première destination touristique au monde, le secteur montre déjà des signes de reprise. En ce qui concerne le tourisme à l'intérieur de l'Europe, dans le meilleur des cas,

on peut s'attendre à ce qu'il ne subisse pas de graves conséquences. Les Européens continueront de voyager dans leur continent. Il est improbable que le tourisme vers la zone orientale de la Méditerranée et le Moyen-Orient revienne à la normale à court terme mais des pays comme l'Espagne, la France, l'Italie ou le Portugal pourraient bien devenir des destinations de remplacement.

66. Cela étant, le marché américain est un élément considérable du tourisme européen, en particulier pour les villes importantes comme Londres ou Paris, ou les villes touristiques comme Venise ou Stratford-on-Avon (un rapport de la mi-octobre sur le taux d'occupation des hôtels londoniens en septembre indique que ce taux est tombé de 17 pour cent en général et de 40 pour cent dans le cas de la clientèle américaine). A l'évidence, il faudra un certain temps pour que le tourisme en provenance des Etats-Unis reprenne. Les touristes américains ont la réputation d'être prodiges. La baisse du tourisme d'Outre-Atlantique pourrait donc avoir un impact considérable sur les groupes hôteliers de qualité supérieure, ainsi qu'un effet d'entraînement sur beaucoup de secteurs d'activité — transports en taxi, commerce de détail, secteur des loisirs. De même, le tourisme en provenance de l'Asie, en particulier du Japon — les habitudes de dépenses des Japonais ont également un fort impact sur le tourisme haut de gamme — restera probablement faible, au moins pour les six mois à venir.
67. Dans le cas où le pire scénario devrait se produire — terrorisme, bioterrorisme, voire troubles en Europe —, les perspectives seraient différentes. La demande en provenance de l'Asie ou de l'Amérique du Nord serait asphyxiée, et les habitudes de voyages des Européens à l'intérieur du continent changeraient complètement. Suivant l'ampleur et le lieu des actes de terrorisme, dans le meilleur des cas, on évitera les théâtres d'attentats, au bénéfice probablement du tourisme intérieur. A la limite, même les vacances annuelles, que prennent presque obligatoirement la plupart des Européens, seraient remises en question. Les voyages d'affaires — qui représentent une part essentielle des voyages à l'intérieur de l'Europe ou en provenance de l'Amérique du Nord et du Japon — en pâtiraient aussi. Il est probable que les entreprises qui, en raison de la situation économique, ont déjà réduit les déplacements de leurs salariés, prévoiront des restrictions supplémentaires, lesquelles auront de fortes conséquences pour le segment supérieur du tourisme.

4.1.3. Voyages à destination du Moyen-Orient

68. L'industrie du tourisme du Moyen-Orient est peut-être celle qui, actuellement, se trouve dans la situation la moins enviable comparativement à celle de toutes les autres régions. Il y a peu encore, des pays comme l'Egypte, le Liban et Dubaï étaient en forte croissance, mais les événements du 11 septembre ont mis la région tout entière sous les projecteurs. Les perspectives de tourisme semblent pour l'heure peu encourageantes. Même si les déplacements intrarégionaux sont relativement peu touchés, il est peu probable que les marchés du loisir de l'Occident et du Japon manifestent de l'intérêt pour la région tant que la crise ne sera pas réglée.

4.1.4 Voyages à destination de l'Afrique

69. Le tourisme à destination de l'Afrique va inévitablement pâtir de la crise actuelle, notamment parce que le chiffre d'affaires le plus important est généré par le tourisme de longue distance (dont la clientèle est originaire d'Europe pour 76 pour cent et d'Amérique du Nord pour 11 pour cent). C'est sans nul doute ce marché qui va mettre le plus de temps à se remettre de la crise. Le principal marché de l'Afrique sub-saharienne est l'Europe, et en particulier le Royaume-Uni. Pour autant que la récession économique mondiale ne soit pas trop forte, l'Afrique pourrait bien, pour certains, servir de destination de substitution à d'autres régions, comme le Moyen-Orient par exemple, pouvant paraître plus

«dangereuses». L’Afrique du Nord, et notamment le Maroc, dont le secteur du tourisme était en forte croissance, risque fort d’être l’exception en la matière. Toutefois, cette situation pourrait évoluer relativement vite.

4.1.5. Voyages à destination de la région Asie-Pacifique

70. Le tourisme de la région Asie-Pacifique est essentiellement un tourisme intrarégional et, dans le meilleur des cas, il devrait reprendre assez rapidement. Toutefois, ce marché étant dominé par le Japon, la situation va en grande partie dépendre de la façon dont ce pays va réagir. Le marché japonais a jusqu’à présent été relativement peu affecté par les troubles économiques du pays et, si l’on fait abstraction d’autres attentats terroristes, l’expérience passée donne à penser que les Japonais vont se remettre à voyager; la région devrait bénéficier d’une préférence pour les voyages de proximité.
71. Pour de nombreux pays d’Asie, le marché européen, et en particulier celui du Royaume-Uni, est d’une importance majeure. (Ainsi par exemple, les voyageurs européens constituent près du quart des entrées en Thaïlande, 15 pour cent des entrées en Indonésie et 13 pour cent des entrées aux Philippines). Si les Européens ont été quelque peu frileux à entreprendre des voyages de longue distance vers toutes les destinations, ils devraient sauf incidents nouveaux, se remettre à voyager vers des régions qui ne sont pas perçues comme fondamentalement dangereuses. La situation est liée dans une certaine mesure à la distance séparant la destination du théâtre des opérations en Afghanistan. Les voyages à destination de l’Inde, par exemple, qui reposent largement sur la clientèle britannique, risquent fort d’accuser un recul pendant quelque temps, et des pays comme la Malaisie et l’Indonésie (cette dernière faisant l’objet d’une mise en garde sur le plan touristique au Royaume-Uni), ne devraient pas être très nombreux à partir de l’Europe tant que la situation ne sera pas stabilisée.
72. Les pays d’Asie qui accueillent habituellement beaucoup de touristes en provenance des Etats-Unis — Philippines, Japon et de nombreuses îles du Pacifique — devront réorienter leurs efforts de marketing dans la mesure où il est peu probable que la clientèle des Etats-Unis prenne le risque de s’aventurer jusqu’en Asie dans un proche avenir.

4.1.6. Voyages à destination des Caraïbes

73. Les Caraïbes sont largement tributaires du marché des Etats-Unis (qui fournit près de la moitié des entrées dans la région et une part plus importante encore des recettes provenant des dépenses des touristes) et, tout au moins dans l’immédiat, la région pâtira du fait que les Américains ont tout simplement cessé de voyager. L’Europe, qui représente 24 pour cent des entrées, compte beaucoup pour certaines destinations. Les pays dont les Européens constituent une part plus importante de la clientèle touristique — Grenade, la Barbade et Sainte-Lucie par exemple — s’en sortiront mieux et ciblent actuellement le marché européen en proposant des offres intéressantes qui devraient faire augmenter la demande. Les pays et territoires dont la clientèle touristique est majoritairement originaire des Etats-Unis — Aruba, les Bahamas et les Iles Caïmans — ont sans nul doute des temps difficiles devant eux.
74. Dans l’hypothèse optimiste où aucun autre attentat terroriste ne serait perpétré, la situation des Caraïbes devrait commencer à s’améliorer dans quelques mois, mais peut-être trop tard pour la haute saison d’hiver. Lorsque (si cela se produit) la clientèle originaire des Etats-Unis se remettra à voyager, les Caraïbes pourraient bien représenter, comme cela a été le cas par le passé, une destination étrangère relativement proche et considérée comme sûre. La population ressentant quelque inquiétude à voyager, les voyageurs seraient bien inspirés dans le cadre de leur stratégie de marketing de faire valoir ces deux aspects — sécurité et proximité.

4.2. Quelques problèmes relatifs au marché du travail

75. Le Conseil mondial du tourisme et des voyages (CMTV) estime à quelque 207 millions le nombre de personnes travaillant dans le secteur des voyages et du tourisme de par le monde, ce qui équivaut à légèrement plus de huit pour cent de la population active mondiale. Une baisse du volume des affaires de dix pour cent — hypothèse la plus optimiste du CMTV quant aux répercussions des attentats du 11 septembre — entraînerait, selon les estimations, 8,8 millions de suppressions d'emplois, dont 1,1 million aux Etats-Unis et 1,2 million dans l'Union européenne. (Compte tenu des éléments d'appréciation sommairement présentés dans ce document, il se pourrait cependant que les pertes d'emplois soient plus importantes aux Etats-Unis et moindres en Europe).
76. Il va de soi qu'en cas de choc extérieur entraînant une chute de la demande, les emplois générés par les voyages et le tourisme accuseront immédiatement un recul. Les travailleurs occasionnels, à temps partiel ou en travail posté dans les hôtels, les accompagnateurs, excursionnistes et le personnel des services de restauration sont susceptibles d'être immédiatement touchés par des baisses de l'activité. L'emploi chez les organisateurs de voyages — agences de voyage, voyagistes, organisateurs de croisières, etc. — est aussi très sensible aux baisses brutales et de courte durée. En réalité, beaucoup d'entreprises de ce secteur sont largement tributaires de l'importance et de la régularité des flux de liquidités pour pouvoir assumer leurs engagements fixes, et certaines aujourd'hui doivent lutter pour leur survie. Il se pourrait bien même que dans les mois à venir on assiste à la chute de certaines entreprises de tout premier plan. En outre, la main-d'œuvre des entreprises de services apparentés à ces secteurs, tels que le petit commerce spécialisé, les services auxiliaires des aéroports, les services de transport par taxi, dont la demande est en partie tributaire des voyageurs, est elle aussi clairement et immédiatement exposée.
77. L'association de la menace terroriste et de la récession est appelée à causer de lourdes pertes d'emplois dans le secteur du tourisme. Les Etats-Unis devraient probablement davantage souffrir de la situation, de même que les principaux centres urbains européens qui vivent beaucoup du tourisme international, et notamment américain et japonais. A l'autre bout de l'échelle, les personnes appartenant à des groupes vulnérables, qui travaillent dans l'industrie du tourisme des pays pauvres, sont elles aussi menacées et ce d'autant plus qu'elles ne disposent que d'un mince filet de protection sur le plan social, voire pas du tout. Si les suppressions d'emplois dans ces pays risquent de mettre certaines personnes dans une situation difficile, les plus grandes répercussions économiques devraient se faire sentir dans le monde industrialisé où les liens intersectoriels sont les plus étroits.
78. Dans le meilleur des cas, on peut espérer que les prédictions de la CMTV sont pessimistes, mais à l'inverse, il se pourrait que les conséquences soient bien pires.