

Conseil exécutif

Cent troisième session

Málaga (Espagne), 9-11 mai 2016

Point 8 a) de l'ordre du jour provisoire

CE/103/8(a)

Madrid, 16 mars 2016

Original : anglais

Membres affiliés

a) Rapport du Président des Membres affiliés

I. Introduction

1. Le présent rapport a pour objet de passer en revue les initiatives les plus récentes engagées par le programme des Membres affiliés pendant la période comprise entre la date d'établissement du dernier rapport, lequel a été présenté à l'Assemblée générale de l'OMT à sa vingt et unième session en septembre 2015 à Medellín (Colombie), et celle du présent rapport (4 mars 2016).

2. Les activités prévues dans les plans d'action 2015 et 2016 vont de l'avant comme indiqué, avec le soutien d'un nombre croissant de Membres affiliés aux différentes initiatives en cours de réalisation. Le programme des Membres affiliés continue d'employer toute une gamme de moyens d'action : prototypes, rapports, réseaux, projets menés en commun avec d'autres programmes et séminaires techniques. Ces différentes initiatives constituent autant d'exemples pratiques de collaboration public-privé, étant donné qu'elles mobilisent et rassemblent différents acteurs selon leurs centres d'intérêt et qu'elles encouragent l'interaction, la constitution de réseaux et l'échange de connaissances.

II. Activités réalisées

3. Conformément au Plan d'action du programme des Membres affiliés, une série d'interventions dans les domaines de compétence détaillés dans le rapport précédent ont eu lieu depuis le dernier Conseil exécutif. Ces interventions sont les suivantes :

a) Présentation du volume 4 des Rapports régionaux des Membres affiliés : Tourism in Africa: A Tool for Development (Le tourisme en Afrique, outil de développement)

i) Le rapport, présenté à la réunion de la Commission régionale pour l'Afrique le 12 septembre 2015 à Medellín (Colombie), a été préparé avec le soutien et en étroite coopération avec le Membre affilié Casa África pour faire le point sur la situation actuelle du développement de produits touristiques en Afrique. L'OMT y propose une méthodologie de développement de produits touristiques pouvant être appliquée aux destinations africaines. Avec cette publication, les partenaires entendent faire valoir le vaste potentiel

Merci de recycler

Organisation mondiale du tourisme (UNWTO) – Institution spécialisée des Nations Unies



inexploité du tourisme africain et, partant, permettre au secteur d'être un levier encore plus important du développement de la région.

ii) Le rapport analyse les résultats récents du tourisme sur le continent africain et met en évidence les perspectives d'avenir. Ce faisant, il démontre l'importance d'arrêter une stratégie bien définie de développement des produits touristiques, de façon à pouvoir explorer et mettre à profit les multiples possibilités offertes par le tourisme international pour les destinations africaines. Le rapport passe en revue les perspectives que le développement du tourisme ouvre aux pays africains et les défis qu'il pose, décrit une méthode particulière de développement de produits touristiques singuliers et contient des études de cas de projets spécifiques pour mieux cerner le contexte à l'intérieur duquel s'inscrit le tourisme en Afrique. Les 19 études de cas présentées, dont 6 d'institutions étant des Membres affiliés, sont des exemples réels de réussite qui peuvent aider, en leur montrant la voie à suivre, d'autres destinations africaines à développer leurs produits touristiques.

b) Présentation du volume 11 des Rapports mondiaux des Membres affiliés : Public-Private Partnerships: Tourism Development (Les partenariats public-privé et le développement du tourisme)

i) Présenté le 10 novembre 2015 au siège de l'OMT, le Rapport mondial de l'OMT sur les partenariats public-privé et le développement du tourisme démontre à l'aide de preuves solides l'importance de partenariats public-privé performants dans le tourisme. Il illustre aussi la façon dont les partenariats entre destinations différentes et divers segments de marché peuvent être utilisés comme outils de développement.

ii) Le rapport offre une sélection intéressante d'études de cas (17 en tout, dont 12 qui viennent de 12 Membres affiliés) apportant un éclairage sur les différents types de partenariats public-privé que l'on peut trouver dans toute une gamme de contextes géographiques. Elles soulignent aussi comment des initiatives novatrices peuvent ouvrir la voie à un développement réussi du tourisme. Le rapport a pour but de diffuser ces innovations et de stimuler la collaboration entre les acteurs du tourisme à travers le monde aux fins de l'établissement de partenariats efficaces. Ces partenariats alimenteront à leur tour un développement du tourisme qui soit inclusif, durable et résilient de façon à contribuer aux objectifs de développement durable énoncés par les Nations Unies.

c) Présentation du volume 12 des Rapports mondiaux des Membres affiliés : Cultural Routes and Itineraries (Routes et itinéraires culturels)

i) Le volume 12 des Rapports mondiaux des Membres affiliés sur les routes et itinéraires culturels a été présenté le 17 décembre 2015 au siège de l'OMT. C'est le résultat d'une collaboration avec un Membre affilié, Agencia de Turismo de Las Islas Baleares (ATB). Ce rapport, qui met en évidence les tendances actuelles en matière de tourisme culturel, permet de comprendre comment les routes et itinéraires culturels contribuent au développement du tourisme, avec un coup de projecteur sur la route des Phéniciens aux îles Baléares. Les routes culturelles confèrent aux destinations à travers le monde un fort avantage comparatif pour attirer les touristes culturels, qui profitent eux-mêmes de produits touristiques plus innovants et d'expériences de visite plus intéressantes.

ii) Le rapport rassemble 25 études de cas qui sont autant d'exemples de réussites provenant de 20 Membres affiliés. Il fournit un cadre de référence pour la conception et la création de routes culturelles partout dans le monde. Il s'agit là d'un phénomène positif pour le secteur du tourisme, car il procure des avantages socioéconomiques et culturels durables dans les différentes destinations formant la route.

d) Présentation de la première Conférence mondiale de l'OMT sur le tourisme œnologique

i) La présentation a eu lieu au World Travel Market de Londres (Royaume-Uni), le 3 novembre 2015, en collaboration avec l'administration nationale géorgienne du tourisme. La première Conférence mondiale de l'OMT sur le tourisme œnologique se tiendra dans la région viticole de la Kakhétie, en Géorgie, du 7 au 9 septembre 2016. Cet événement est une initiative du Réseau gastronomie de l'OMT.

ii) Le lancement de la première Conférence mondiale de l'OMT sur le tourisme œnologique s'inscrit dans le cadre du plan d'action du Réseau gastronomie de l'OMT. Ses objectifs consistent à encourager la collaboration entre l'OMT et d'autres organismes représentatifs dans le domaine de la gastronomie, pour mieux faire connaître les nouvelles tendances et améliorer ainsi le développement et la gestion du tourisme de gastronomie, et diffuser les données d'expérience d'actions ayant porté leurs fruits dans le monde entier. Cette initiative est à rattacher au prototype de tourisme œnologique que le programme des Membres affiliés est en train de mettre au point et qui sera présenté au mois de mai.

e) Conférence de l'OMT sur la valorisation des talents et l'éducation dans le tourisme

i) La Conférence de l'OMT sur la valorisation des talents et l'éducation dans le tourisme s'est tenue à l'université de Deusto à Bilbao (Espagne), les 1^{er} et 2 décembre 2015. On y a débattu des défis actuels en matière d'éducation dans le tourisme, du marché du travail du tourisme, de la valorisation des talents ainsi que de l'élaboration des politiques de tourisme et du travail.

ii) La Conférence a été une plateforme utile, à l'intérieur du Réseau de connaissances du programme des Membres affiliés, pour permettre et renforcer la gestion stratégique du savoir, mais aussi la mise en pratique, dans des domaines fondamentaux, des théories relatives au développement d'un tourisme compétitif et durable. La Conférence a permis un dialogue et l'échange de bonnes pratiques concernant des propositions novatrices d'éducation et de recherche dans le tourisme, en vue d'améliorer les pratiques dans le secteur public comme dans le secteur privé et de contribuer au développement des ressources humaines pour former les leaders du tourisme de demain.

f) Douzième édition des prix de l'OMT récompensant l'excellence et l'innovation dans le tourisme

i) Depuis 2003, les prix de l'OMT se sont imposés comme un rendez-vous incontournable pour le secteur du tourisme mondial. Ils ont pour finalité de mettre à l'honneur et de stimuler la création et la diffusion de savoir ainsi que les applications novatrices dans le tourisme, en braquant les projecteurs sur les dernières avancées du secteur.

ii) Lors de l'édition de cette année, sur 109 candidatures, 16 projets en provenance d'Afrique, d'Amérique latine, d'Asie et d'Europe ont été retenus comme finalistes et

présentés lors du Forum des prix de l'OMT au Palacio Neptuno le 18 janvier. Tous les projets finalistes offraient des exemples de tourisme durable du monde entier s'inspirant des principes du Code mondial d'éthique du tourisme établi par l'OMT et des aspirations consacrées par les objectifs de développement durable.

iii) La Cérémonie de remise des prix s'est déroulée le 20 janvier dans le cadre du salon FITUR 2016. Elle a rassemblé 320 participants de haut rang en provenance de plus d'une cinquantaine de pays dont 80 ministres, ambassadeurs et hauts dirigeants d'entreprises du secteur des voyages et du tourisme. En outre, un millier de personnes environ ont suivi à distance la retransmission en direct de l'événement partout dans le monde.

g) Présentation du deuxième Forum mondial de l'OMT sur le tourisme de gastronomie

i) Suite au succès remporté par la précédente édition, PROMPERÚ et l'Organisation mondiale du tourisme, en collaboration avec le Basque Culinary Center, ont présenté dans le cadre de FITUR 2016 le deuxième Forum mondial de l'OMT sur le tourisme de gastronomie qui se tiendra du 27 au 29 avril 2016 à Lima (Pérou). Cet événement est une initiative du Réseau gastronomie de l'OMT.

ii) La gastronomie, essence de la culture et composante majeure du patrimoine immatériel dans le monde, est une motivation de plus en plus importante pour le touriste que, souvent, les destinations n'ont pas encore exploitée. Le développement du tourisme de gastronomie fait partie du plan d'action des Membres affiliés. En effet, l'association tourisme-gastronomie sert de vecteur de transmission de la culture ; convenablement gérée, elle contribue à son tour au développement économique local, à l'instauration de pratiques durables et à de meilleures expériences gastronomiques. Le tourisme de gastronomie aide les destinations des points de vue de leur stratégie de marque et de la promotion, mais aussi dans leurs efforts pour maintenir et préserver les traditions locales et la diversité, et pour cultiver et valoriser leur authenticité.

h) Séminaire de l'OMT sur l'avenir du tourisme : innovation, gouvernance et évolutions critiques

i) Ce séminaire qui s'est tenu dans le cadre du salon FITUR, en collaboration avec la Fondation Ulysse, a permis d'analyser divers scénarios qualitatifs concernant l'avenir du tourisme d'ici 2040 et au-delà. On y a exploré les innovations, évolutions critiques et changements institutionnels requis pour se placer dans la logique du sous-ensemble de scénarios intelligents.

ii) Des exposés et des tables rondes ont fait intervenir d'éminents professionnels du tourisme issus du secteur public comme du secteur privé ainsi que des chercheurs. Il y a eu un enregistrement vidéo du Séminaire pour diffusion.

iii) C'est un thème d'une actualité brûlante alors que l'on assiste, dans le tourisme, à de gigantesques progrès dans les domaines de la science, des technologies et de l'innovation, qui se traduisent par une baisse des barrières à l'entrée et par des politiques en faveur de la durabilité, de l'atténuation des changements climatiques et d'un développement inclusif, parmi tant d'autres.

i) Deuxième Conférence de l'OMT sur le tourisme d'achats

i) La Conférence, organisée le 22 janvier dans le cadre de FITUR, a permis d'entendre d'importants acteurs du tourisme d'achats venus présenter leur analyse, issus du secteur public et du secteur privé et à différents niveaux de la chaîne de valeur. Cette conférence est une initiative du Réseau tourisme d'achats.

ii) Ces dernières années, le tourisme a connu un essor constant et s'est profondément diversifié, si bien qu'il est maintenant l'un des secteurs économiques enregistrant le plus fort taux de croissance au monde. Aussi le programme des Membres affiliés de l'OMT a-t-il lancé une série d'initiatives destinées à mettre pleinement à profit le potentiel du shopping et à encourager les partenariats public-privé.

j) Atelier de l'OMT et ICF sur la connectivité aérienne

i) Lors de cet événement au salon FITUR 2016, des experts d'ICF Aviation Advisory (anciennement SH&E), Membre affilié, ont abordé les techniques et les méthodologies à employer par les destinations pour « parler la même langue » que les compagnies aériennes en appliquant leur grille d'analyse, pour pouvoir leur faire des propositions globales incluant des études de viabilité et des ensembles de mesures incitatives et mobilisant les parties prenantes.

ii) Obtenir une connectivité suffisante des services aériens reste un défi critique pour développer le tourisme et les échanges commerciaux à travers le monde. Plus que jamais, les destinations, qu'elles soient locales ou nationales, doivent employer les meilleures pratiques les plus complètes dans la relation qu'elles établissent avec les compagnies aériennes.

iii) L'équipe d'ICF a exposé les méthodologies représentant des pratiques optimales pour mettre au point des programmes de service aérien performant et les actions engagées dans ce sens. Elle s'est appuyée sur des exemples de réussite obtenus par des administrations nationales du tourisme, des destinations touristiques locales et des destinations d'affaires et religieuses, ou réalisés à leur profit.

k) Présentation du volume 13 des Rapports mondiaux des Membres affiliés : La force du tourisme jeune

i) La présentation a eu lieu au salon ITB de Berlin (Allemagne) le 10 mars, pendant la manifestation sur le thème *From Y to Z: Are you ready for Generation Z?*, organisée par WYSE. Cette toute dernière version du rapport « La force du tourisme jeune » a été préparée cette fois encore en collaboration avec WYSE Travel Confederation. On y explore la dynamique du tourisme jeune, avec des exemples de meilleures pratiques d'initiatives public-privé pouvant aider les destinations à tirer pleinement parti des possibilités immenses qu'offre le tourisme jeune. Des études de cas dynamiques ont été reçues de la part de 17 sources différentes, dont 5 étaient des Membres affiliés.

l) Présentation du volume 14 des Rapports mondiaux des Membres affiliés : Transformative Power of Tourism: A paradigm shift towards a more responsible traveller (le tourisme, vecteur de transformation : le changement de paradigme vers un voyageur plus responsable)

i) Ce rapport, lui aussi présenté dans le cadre du salon ITB de Berlin le 10 mars 2016 et produit en collaboration avec l'Institut de tourisme de Zagreb, en Croatie, étudie le rôle de vecteur de transformation de plus en plus conféré au tourisme. La notion de tourisme

en tant que phénomène porteur de transformation, ou nouveau tourisme, renvoie au concept du touriste habité par une plus grande conscience sociale et environnementale, utilisant le tourisme comme vecteur de transformation pour se réinventer et promouvoir des pratiques durables ayant des retombées positives pour les communautés locales. Le présent rapport vise à proposer une meilleure définition de cette notion, en l'illustrant par des exemples tirés de la vie réelle qui montrent le mieux comment le tourisme, en tant que secteur porteur de transformation, a un grand potentiel pouvant être mis au service du développement. Vingt-trois études de cas, dont 13 venant de Membres affiliés, permettent de dégager les grandes tendances.

III. Suites à donner par le Conseil exécutif

4. Le Conseil exécutif est invité à :

- a) Prendre acte du rôle constructif des initiatives réalisées au titre du Plan d'action du programme des Membres affiliés, au nombre desquelles des publications, des événements et des prototypes, ainsi que du nombre croissant de Membres affiliés qui y participent ;
- b) Encourager la participation aux groupes de Membres formés par centre d'intérêt à l'intérieur des réseaux de l'OMT pour promouvoir l'interaction, l'échange de savoir et les processus d'innovation ;
- c) Prendre note du plus grand rayonnement et de la visibilité accrue des prix de l'OMT récompensant l'excellence et l'innovation, lesquels constituent une forme de reconnaissance de la contribution importante apportée par le tourisme à la société ; et
- d) Continuer de faire valoir l'importance de la méthodologie des prototypes et contenus connexes mis au point par le secrétariat, y compris leurs noms et emblèmes, en prenant acte qu'ils sont protégés par la marque OMT.

Annex. General situation of the Affiliate Members

- (a) The number of Affiliate Members is currently 469.
- (b) The geographic distribution of the Affiliate Members is as follows:
 - (i) Africa: 32
 - (ii) Americas: 101
 - (iii) Asia-Pacific: 50
 - (iv) Europe: 268
 - (v) Middle East: 18

The Affiliate Members represent the following areas:

 - (i) University and Research Programmes: 113
 - (ii) Professional Associations: 49
 - (iii) National, Regional, Local, and City Promotion Boards: 56
 - (iv) Tourism Business Management & Consultancy: 38
 - (v) Destination Management Organizations: 22
 - (vi) Hotels/Accommodation: 22
 - (vii) Trade Fairs & Exhibition Management: 25
 - (viii) Travel Agencies & Tour Operators: 49
 - (ix) Air, Rail & Road Transport: 12
 - (x) Research Social, Economic and Cultural Impacts of Tourism: 19
 - (xi) Mass Media: 8
 - (xii) Other activities: 56

- (c) 87 research and innovation institutions are part of the Knowledge Network.
- (d) At the last Executive Council session in September 2015, 27 Affiliate Members joined the Organization. These new Members come from 14 countries and 4 regions (Spain, 6; Portugal, 2; Italy, 1; Croatia, 1; UK, 1; Greece, 1; Monaco, 1; Ecuador, 1; Mexico, 2; Argentina, 3; USA, 3; Japan, 2; Iran, 2; Nigeria, 1).
- (e) At the date of this report, 14 new entities have applied for affiliate membership in UNWTO (Spain, 5; Mexico, 2; USA, 2; UK, 1; Belgium, 1; Jordan, 1; Republic of Korea, 1; Malaysia, 1). Of these, we estimate at this point that 6 will be ready to be submitted for admission during this session.