



HAL
open science

ECONOMIE DU TOURISME : QUANTIFICATION DES FLUX INTERNATIONAUX ET DES EFFETS SUR LE DEVELOPPEMENT LOCAL

Sylvain Petit

► **To cite this version:**

Sylvain Petit. ECONOMIE DU TOURISME : QUANTIFICATION DES FLUX INTERNATIONAUX ET DES EFFETS SUR LE DEVELOPPEMENT LOCAL. Economies et finances. Université Côte d'Azur, 2018. tel-01949371

HAL Id: tel-01949371

<https://hal.science/tel-01949371>

Submitted on 10 Dec 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Ecole Doctorale 513 Droit et Sciences Politiques Economie et Gestion (ED-DESPEG)
Unité Mixte de Recherche CNRS Groupement de Recherche en Droit, Economie et Gestion (GREDED)
Institut Supérieur d'Economie et de Management (ISEM)
Université Nice Sophia Antipolis

**ECONOMIE DU TOURISME : QUANTIFICATION DES FLUX INTERNATIONAUX
ET DES EFFETS SUR LE DEVELOPPEMENT LOCAL**

Mémoire présenté et soutenu le 14 décembre 2018 en vue de l'obtention de

L'HABILITATION A DIRIGER DES RECHERCHES EN SCIENCES ECONOMIQUES

par

SYLVAIN PETIT

*Maître de conférences en sciences économiques, Université Polytechnique des Hauts de France et en délégation
à l'Université de la Polynésie française.*

Jury :

- M. François De Grandpré, Professeur, Université du Québec Trois-Rivières ;
- M. Louis Job, Professeur, Sciences Po Grenoble, Rapporteur ;
- Mme Marie-Antoinette Maupertuis, Professeur, Université de Corse Pascal Paoli, Rapporteur ;
- M. Nicolas Peypoch, Professeur, Université de Perpignan Via Dominitia, Rapporteur
- M. Dominique Torre, Université de Nice Sophia Antipolis, Directeur de la recherche.

Remerciements

Je tiens à remercier vivement les professeurs M. Louis Job, Mme Marie-Antoinette Maupertuis et M. Nicolas Peypoch d'avoir accepté d'être rapporteur de ce mémoire d'habilitation et d'avoir apporté leur expertise à l'économie du tourisme. Je remercie aussi M. François De Grandpré pour avoir accepté de faire partie du jury.

J'adresse mes remerciements particuliers et sincères à M. Dominique Torre qui a accepté de diriger ce mémoire malgré la distance. Sa confiance et ses conseils m'ont été précieux. D'une manière générale, je remercie aussi le président de l'Université de Côte d'Azur, M. Jean-Marc Gambaudo, et la directrice de l'école doctorale, Mme Pascale Steichen, pour leur compréhension et leur confiance, qui m'honorent, concernant ma volonté de soutenir ce diplôme à l'université de Nice.

J'ai une pensée reconnaissante pour ceux qui m'ont fait confiance et qui m'ont encouragé dans la voie de la recherche en économie du tourisme il y a plusieurs années : Jean-Jacques Nowak et Nicolas Vaneecloo de l'Université de Lille qui furent respectivement mon directeur de thèse et mon responsable de master.

Il est toujours difficile et périlleux de remercier tout le monde sans oublier personne. Mais je me risque à cet exercice en remerciant mes collègues de l'université de Valenciennes ou de l'université de la Polynésie française qui ont contribué à ma progression dans mon travail de recherche : Hervé Mauroy, Anne Fournier, Joseph Hanna, Stéphane Lambrecht, Vincent Dropsy, Florent Venayre, Hervé Kohler et Lionel Honoré. J'ai une pensée toute particulière pour Jean-Claude Oulé, qui m'a fait confiance en me transmettant le flambeau de la responsabilité de la licence professionnelle hôtellerie/tourisme et qui m'a encouragé dans la dernière ligne droite de la rédaction de ce mémoire.

Mes travaux de recherche sont le fruit de collaborations toujours heureuses et enrichissantes. J'ai eu grand plaisir et honneur de pouvoir collaborer avec Jean-Jacques Nowak, Mondher Sahli, Nicolas Fleury, Aurélie Cassette, Joseph Hanna, Loïc Lévi, Laurent Botti, Linjia Zhang, Neelu Seetaram et Florent Venayre. Il est plaisant de constater qu'après chaque collaboration, ces collègues sont aussi devenus des amis. Enfin, j'ai une pensée très amicale pour ceux, qui comme moi, partagent la passion de la recherche en économie du tourisme et qui militent pour une meilleure reconnaissance académique de ce domaine : Malgorzata Ogonowska et Sauveur Giannoni.

Enfin, je remercie les miens. Mon épouse pour ses encouragements et pour m'avoir toujours suivi dans mes aventures universitaires (comme en partant à l'autre bout du monde), mes enfants pour leurs joies et bonnes humeurs mais aussi mes parents qui m'ont appris à être ambitieux tout en restant modeste. Comme je leur avais promis, je suis allé au bout de mes études. Le diplôme d'habilitation à diriger les recherches est le plus haut diplôme universitaire français. Je mesure le chemin parcouru. Je vais pouvoir accomplir mon ambition : encadrer des travaux de thèse en économie du tourisme. Et continuer mon chemin...

Table des matières

1. Introduction	7
2. Analyse des flux touristiques internationaux	10
2.1 Quelles données pour décrire le tourisme international : les recettes ou les arrivées ?.....	10
2.2 Les échanges intra-touristiques	12
2.3 Le rôle des préférences culturelles sur les flux touristiques internationaux	20
2.4 Nouvelles pistes de recherche	25
3. La place du tourisme dans la mondialisation	26
3.1 La division internationale de la production touristique (DIPT).....	27
3.2 L'internationalisation progressive du tourisme	30
3.3 La spécialisation touristique : un phénomène qui illustre la diversification des stratégies des destinations.....	33
3.4 Nouvelles pistes de recherche	35
4. Les enjeux en termes de développement local	37
4.1 Les impacts du tourisme sur les distributions de salaires.....	39
4.2 La diversification d'un portefeuille pour une destination	41
4.3 Quels effets des dotations naturelles, historiques et culturelles sur l'attractivité d'une destination ?.....	46
4.4 Nouvelles pistes de recherche	53
6. Liste des documents	57
Curriculum Vitae	59

1. Introduction

Le tourisme est un secteur ayant un poids économique considérable au niveau mondial. Selon le World Travel and Tourism Council (2017)¹, il représente 6,6% des exportations mondiales, ce qui en fait le service le plus exporté, loin devant les services financiers et d'assurances. C'est le quatrième secteur mondial en termes de recettes (après le pétrole, les produits chimiques et les voitures). Le tourisme représente un peu plus de 10% du PIB mondial et 9,6% de l'emploi mondial. En France, le poids économique du tourisme est comparable puisqu'il représente plus de 8% du PIB. Cependant, l'analyse de ce secteur d'activité est insuffisante, tout particulièrement en France. En 2017, une seule publication d'économiste français a été réalisée dans une revue spécialisée en tourisme contre une trentaine de publications d'économistes américains, un quinzaine d'économistes espagnols et italiens². Pendant des années, l'analyse du tourisme a été considérée en France comme relevant du domaine de la géographie ou de la sociologie. Cela explique sans doute pour partie la sous-performance du secteur touristique français.

A la fin de mon master, alors que je souhaitais m'engager dans une thèse, mon souhait était de travailler avec Jean-Jacques Nowak, qui était spécialiste de commerce international et qui s'intéressait alors à l'économie du tourisme. Mon domaine de recherche était jusque-là l'économétrie appliquée mais j'ai accepté ses conseils et me suis engagé dans la spécialité à laquelle je contribue depuis. Ce choix n'a pas été celui de la facilité, notamment en raison du déficit de notoriété de l'économie du tourisme. Ma chance fut d'obtenir un poste de maître de conférences à l'université de Valenciennes puis à l'université de Polynésie Française, grâce à une délégation.

Un des atouts de l'économie du tourisme réside dans sa capacité à accueillir des approches innovantes. La démarche de l'économiste doit être complétée par une bonne connaissance des autres disciplines aussi concernées par ce secteur (sciences de gestion, géographie, sociologie, etc.). L'économie du tourisme sollicite également un état de veille permanente, nécessaire pour comprendre les enjeux et rester pertinent. Enfin, une thèse en économie du tourisme permet d'envisager d'autres formes d'insertions professionnelles que le métier d'enseignant-chercheur. En France, il y a un besoin important de cadres de haut niveau ayant une bonne expertise du

¹ World Travel and Tourism Council (2017), *Travel and Tourism Economic Impact 2017 World*, WTTC publications, London

² Les revues analysées sont *Tourism Economics*, *Tourism Management*, *Annals of Tourism Research* et *Journal of Travel Research*.

secteur du tourisme dans le secteur privé mais aussi dans le secteur public, notamment pour pallier à la sous performance économique du tourisme français.

Pendant la période de thèse, je me suis engagé dans l'analyse du tourisme international avec trois thématiques : l'analyse de la fragmentation internationale de la production touristique ; l'étude des flux touristiques croisés et les effets du tourisme sur la distribution des salaires. L'économie du tourisme international est donc mon champ d'expertise principal. Mais, grâce à un projet de recherche sur la région Nord Pas-de-Calais, j'ai aussi pris part à des travaux relevant de l'économie du tourisme régional, toujours en appliquant à cet objet l'utilisation de méthodes quantitatives. Ce passage d'un cadre international à un plan régional s'est accompagné de deux encadrements à travers ce projet de recherche : un post-doctorant (Linjia Zhang) et un ingénieur de recherche en statistiques (Loïc Lévi). Travailler et encadrer leurs travaux furent des moments très stimulants. Il m'a fallu leur faire confiance, tout en guidant ces jeunes chercheurs avec assez de précision pour qu'ils sachent quelles routes emprunter. Etant donné que mes travaux reposent sur de longues périodes de collecte et de conception de données, l'aide qu'ils ont pu fournir fut essentielle. Leur envie d'innover a aussi permis d'aboutir à des résultats intéressants. Mon envie d'encadrer des étudiants en thèse vient de cette période.

Aujourd'hui, pour résumer mes travaux de recherche, j'étudie les flux touristiques internationaux, j'analyse les formes de spécialisation des pays, et j'étudie les impacts de ces évolutions en termes de développement local. Un élément relie tous mes travaux : la volonté d'étudier le secteur touristique à travers des données monétaires et le plus souvent avec des informations les plus fines possibles (comme par exemple avec l'utilisation de données bilatérales permettant d'identifier la source et la destination d'un flux touristique).

L'économie du tourisme appelle aujourd'hui la mise en évidence de nouvelles approches et de nouvelles méthodologies. C'est cette idée qui m'a guidé ces dernières années. La rédaction de ce document m'a aussi permis de prendre le recul nécessaire sur mes travaux afin de les relier et d'en fournir une synthèse cohérente.

Cette synthèse permet de présenter 10 documents publiés dans des revues à comité de lecture ou en cours de révision, ou publiés sous la forme des chapitres d'ouvrages (avec comité de révision). Un des documents est un travail en cours (le 7). Il ne s'agit pas de tous mes travaux universitaires mais de la grande majorité d'entre eux. En tout cas, il s'agit de tous mes travaux

reliés à l'économie du tourisme. En plus de l'introduction et de la conclusion, trois sections composent cette synthèse.

La section suivante concerne l'analyse des flux touristiques internationaux. Deux problématiques sont abordées. La première concerne la mesure du commerce intra-touristique. Plus précisément j'étudie la part des échanges touristiques équilibrés au niveau bilatéral (c'est-à-dire avec des couples de pays) et j'estime les déterminants de ce phénomène au sein de l'Union Européenne. Alors que l'on pense souvent à la destination ou au pays émetteur, je montre que de nombreux pays font les deux à la fois : ils émettent et ils reçoivent des touristes de manière relativement équilibrée. Ce travail a nécessité la mise en place d'une méthodologie très particulière pour mesurer ce phénomène, ainsi qu'une modélisation économétrique adaptée. La seconde problématique concerne l'effet des préférences culturelles des touristes pour une destination sur leurs dépenses. A première vue, il s'agit d'un élément qui peut sembler élémentaire mais la littérature n'a à ce jour pas fournis d'estimations précises parce que la méthodologie quantitative pour y répondre est assez complexe.

La troisième section est consacrée à la spécialisation touristique internationale. Ce phénomène n'est pas binaire (spécialisation ou non) contrairement à ce que laissent penser la plupart des travaux réalisés à ce jour. Les pays ont des stratégies très diverses. Premièrement, certains pays se spécialisent dans le spectre entier de « la chaîne de production touristique » alors que d'autres se spécialisent uniquement dans certains segments de production. Deuxièmement, et c'est l'objet d'un travail toujours en cours d'élaboration mais dont les premiers résultats sont particulièrement intéressants, il existe aussi une stratégie de spécialisation s'opérant selon les gammes de qualité des prestations touristiques et selon le partenaire commercial (le pays émetteur de touristes).

Enfin, la quatrième section permet d'aborder les effets du tourisme sur les territoires. Tout d'abord, je montre que le développement du tourisme dans les pays développés contribue à l'augmentation des inégalités de salaires sur le long-terme et sur le court-terme au détriment des individus les moins qualifiés. Ensuite, je montre comment une destination peut améliorer son efficacité touristique avec une approche basée sur la gestion de portefeuille. Chaque nationalité différente de touristes est considérée comme un titre de portefeuille. Et en introduisant une fonction d'utilité pour la destination, j'analyse des modalités grâce auxquelles la destination peut mieux gérer la combinaison de l'espérance/risque des recettes touristiques. Enfin, je propose une méthode permettant de mieux cerner les déterminants des prix touristiques, notamment en estimant l'effet des aménités environnementales sur ces prix.

Chacune de ces trois sections comporte une sous-section consacrée à de futures recherches dans ce thème. La conclusion de cette synthèse permet de revenir sur mes futurs travaux. En effet, pour chaque problématique résolue, d'autres apparaissent. Cette dynamique motivera à la fois mes travaux futurs et mon encadrement de jeunes chercheurs.

2. Analyse des flux touristiques internationaux

Dans cette section, nous nous intéressons à l'analyse économique des flux touristiques internationaux, à travers les documents 1 à 4. Elle est composée de quatre sous-sections. La première, est en réalité une introduction car elle permet d'expliquer l'enjeu d'étudier le tourisme à travers des données de valeurs monétaires, c'est-à-dire les recettes/dépenses plutôt que les données de flux physiques (arrivées/départs). Les deux sous-sections suivantes seront justement l'occasion de présenter des travaux reposant sur ce type de données. La place du commerce intra-touristique et l'effet de la proximité culturelle entre deux pays sur les flux touristiques internationaux entre ces pays seront respectivement abordés dans ces deux sous-sections. La quatrième sous-section permettra de présenter des perspectives de recherche future.

2.1 Quelles données pour décrire le tourisme international : les recettes ou les arrivées ?

Le document 1 concerne une présentation, se voulant pédagogique, des méthodes pour les modèles en données de panel appliquées au tourisme (modèle à deux dimensions : temporelle et individuelle). Outre la présentation technique de ces méthodes, deux revues de la littérature sont fournies pour présenter la manière dont sont principalement appliqués ces modèles en économie du tourisme. L'une de ces revues de la littérature concerne les modèles permettant d'expliquer sur le long terme la demande des touristes étrangers pour un ensemble de destinations. Il est particulièrement remarquable que pour l'ensemble des travaux cités (il y a en tout de même 15), tous utilisent les données d'arrivées. Les modèles en données de panel permettant d'estimer les effets sur le long-terme (LSDVC, CLSDV, DOLS, FMOLS, GMM, etc.) et nécessitent un échantillon relativement large. Cette utilisation exclusive des données d'arrivées pour appréhender la demande touristique avec ce genre de modèle s'explique par le fait que les données d'arrivées sont généralement disponibles, ce qui n'est pas toujours le cas pour les données de recettes. D'une manière générale, les flux touristiques internationaux sont généralement analysés grâce aux 'arrivées'. L'utilisation de cette variable, avec une dimension

temporelle, permet de mesurer les grandes tendances des flux touristiques internationaux. De cette manière, les flux touristiques internationaux sont principalement étudiés sous l'angle de la croissance. Les modèles permettant de comprendre l'intensité des flux touristiques restent relativement peu développés.

Cependant, l'utilisation des données sur les arrivées ne permet pas de cerner avec précision le poids du tourisme dans une activité économique et encore moins d'interpréter correctement la performance de ce secteur. Prenons un exemple sur le tourisme international en comparant les classements des destinations selon les données d'arrivées et les données de recettes (tableau 2.1). L'exemple de la France est particulièrement marquant et illustre le phénomène du « paradoxe du tourisme français ». En effet, la France est la première destination touristique mondiale en termes d'arrivées avec plus de 82 millions de touristes. La seconde destination, les Etats-Unis, accueille environ 7 millions de touristes en moins. Cependant, en termes de recettes touristiques, les Etats-Unis sont très nettement les leaders avec près de 206 milliards de dollars de recettes. La France n'est que la cinquième destination avec « seulement » 42,9 milliards de dollars de recettes. Quelle est donc la principale destination touristique au monde ? D'un point de vue culturel voir sociologique ou géographique, on peut dire que c'est la France. Mais du point de vue de l'économiste, c'est bien évidemment les Etats-Unis.

Tableau 2.1 : Classement des destinations selon les arrivées et les recettes en 2016

Classement arrivées	Arrivées (en millions)	Classement recettes	Recettes (milliards de \$ U.S)
France	82,6	États-Unis	205,9
États-Unis	75,6	Espagne	60,3
Espagne	75,6	Thaïlande	49,9
Chine	59,3	Chine	44,4
Italie	52,4	France	42,5
Royaume-Uni	35,8	Italie	40,2
Allemagne	35,6	Royaume-Uni	39,6
Mexique	35,0	Allemagne	37,4
Thaïlande	32,6	Hong-Kong (Chine)	32,9
Turquie	39,5 (données 2015)	Australie	32,4

Sources : *Faits saillants OMT du tourisme*, édition 2017, p6, UNWTO publications : Madrid.

L'utilisation de données en valeurs monétaires permet de cerner des enjeux propres au secteur du tourisme. Par exemple, pourquoi une destination reçoit-elle beaucoup de touristes dépensant relativement peu ? A l'inverse, comment une destination peut-elle recevoir autant de recettes touristiques quand son nombre d'arrivées est relativement faible ?

L'objectif avec la suite de cette section est de s'intéresser à deux problématiques que permet de révéler l'utilisation de données sur les recettes et les dépenses touristiques. La première concerne la structure des flux touristiques, au niveau bilatéral. En effet, en les analysant de plus près, on peut s'apercevoir qu'ils sont relativement bien équilibrés. La seconde problématique concerne l'effet des affinités ou des préférences culturelles pour une destination sur les recettes de cette destination.

2.2 Les échanges intra-touristiques

Les rapports officiels d'organisations internationales telles que l'Organisation Mondiale du Tourisme ou l'Organisation Mondiale du Commerce continuent d'entretenir le sentiment qu'il n'existe que deux types de pays dans le tourisme international : les pays sources de touristes et les pays accueillants les touristes. Cette sensation est essentiellement due à la présence indiscutable d'une forme de spécialisation internationale dans le secteur du tourisme. Cependant, comme nous le montrerons dans la section suivante, cette spécialisation est bien plus complexe que ce que la littérature avait jusque-là mis en évidence.

En conséquence, si nous poussons plus loin cette vision étroite du tourisme international, il faudrait en conclure que les flux touristiques internationaux sont essentiellement de natures univoques. Cependant, deux observations peuvent jeter un doute sur cette affirmation. Premièrement, comme l'illustre le tableau 2.2, parmi les dix premières destinations touristiques mondiales en termes de recettes, huit d'entre elles sont aussi dans le classement des principaux pays émetteurs de dépenses touristiques (Chine, Etats-Unis, Allemagne, Royaume-Uni, France, Italie, Australie et Hong-Kong). Deuxièmement, le tourisme intra-régional, c'est-à-dire le tourisme international dans une zone limitée (un continent par exemple), représente environ les quatre cinquièmes du tourisme international.

Dans cette seconde sous-section, nous abordons les documents 2 et 3 de mes travaux. Ces documents montrent qu'en étudiant les flux touristiques bilatéraux et en valeurs monétaires, il existe une très forte proportion de commerce intra-touristique au sein de l'Union Européenne.

Plus précisément, la présence de ce commerce intra-touristique signifie que les échanges touristiques sont fortement équilibrés.

Tableau 2.2 : Classement des destinations selon les arrivées et les recettes en 2016

Classement recettes	Recettes (milliards de \$ U.S)	Classement dépenses	Dépenses (milliards de \$ U.S)
États-Unis	205,9	Chine	261,1
Espagne	60,3	États-Unis	123,6
Thaïlande	49,9	Allemagne	79,8
Chine	44,4	Royaume-Uni	63,6
France	42,5	France	40,5
Italie	40,2	Canada	30,1
Royaume-Uni	39,6	République de Corée	26,6
Allemagne	37,4	Italie	25
Hong-Kong (Chine)	32,9	Australie	24,9
Australie	32,4	Hong-Kong (Chine)	24,2

Sources : *Faits saillants OMT du tourisme*, édition 2017, p6, UNWTO publications : Madrid.

Ce terme de ‘commerce intra-touristique’ provient de la notion de ‘commerce intrabranche’ qui est un commerce simultanée de produits similaires (même branche) entre deux pays. La détection de ce phénomène durant les années 1960 et 1970 dans les flux commerciaux internationaux avait été un des éléments à l’origine de la reformulation des théories du commerce international durant les années 1980 (Krugman 1979 ; Helpman et Krugman, 1985 ; Falvey et Kierzkowski, Krugman, 1991³). Cette nouvelle théorie repose sur une approche de modèles de concurrence monopolistique basés notamment sur la capacité des pays à avoir des économies d’échelles et à proposer des produits différenciés. Il existe deux formes de différenciation : la différenciation horizontale (les produits sont des variétés différentes) et la différenciation verticale (les produits se différencient par leurs niveaux de qualité).

³ Krugman, P.R. (1979), “Increasing returns, monopolistic competition, and international trade”, *Journal of International Economics*, 9, 469-479.

Helpman, E. et P.R. Krugman (1985), *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*. Cambridge: MIT Press.

Falvey, R. et Kierzkowski, H. (1987), “Product Quality IIT and (Im)perfect Competition, Protection and competition” dans *International Trade*, Oxford: Blackwell.

Krugman, P. (1991), *Geography and Trade*, MIT Press, Cambridge.

La notion de différenciation est parfaitement transposable au concept de la destination. Par définition, chaque destination est différenciée horizontalement des autres (seul le degré de différenciation varie). Mais la différenciation verticale est un aussi enjeu majeur dans le tourisme. Comme nous le verrons dans la section suivante, la stratégie de spécialisation touristique peut être conditionnée par une stratégie de niveau de qualité proposé. En effet, une destination peut miser sur un tourisme de luxe afin d'attirer des touristes fortunés en faible nombre. Des destinations ont aussi fait le choix de développer des produits « low-cost » afin de maximiser le nombre de touristes (même s'ils dépensent peu) et de minimiser les coûts.

Dans le document 2, à travers une étude basée sur 14 pays de l'Union Européenne sur la période 2000 à 2004, il a été mis en évidence que le poids du commerce intra-touristique (donc le poids des échanges équilibrés), au niveau bilatéral, représente entre 58% et 60% des échanges touristiques entre ces pays. Pour pouvoir aboutir à ce résultat, un important travail de traitement de données a dû être entrepris en amont, notamment parce que des données bilatérales ont été utilisées et qu'il a fallu calculer des indicateurs de Grubel et Lloyd (1975)⁴. Cet indicateur représente le poids des échanges équilibrés (donc les échanges totaux moins la balance commerciale) par rapport aux échanges totaux pour une branche donnée. Il est donc compris entre 0 et 1 et il s'interprète très facilement : plus la valeur de l'indicateur est élevée, plus le poids du commerce intrabranche est important.

La principale difficulté provient des données d'exportations et d'importations de services touristiques. Notons que ces termes sont contre-intuitifs puisqu'ici c'est le consommateur (le touriste) qui se déplace et non la marchandise. Pour un pays donné, des exportations de services touristiques sont assimilables à des recettes. Et les importations sont assimilables à des dépenses. Ce qui est important à repérer, ce sont les sens des flux monétaires et non ceux des flux physiques. Pour chaque flux, nous disposons souvent de deux informations. En effet, nous avons les données d'exportation et les données d'importation. Or, théoriquement, les exportations de services touristiques d'un pays i vers un pays j sont aussi les importations de services touristiques d'un pays j en provenance du pays i . Cependant, dans la pratique, les données d'exportations et d'importations sont très différentes, notamment parce que ces données restent des estimations. Des analyses économétriques permettant de mesurer la fiabilité des déclarations ont dû être entreprises. L'idée est de régresser chaque flux par son flux miroir (flux selon le pays importateur par rapport au même flux selon le pays exportateur) et d'ajouter

⁴ Grubel, H.G. et Lloyd, P.J. (1975) IIT. *The theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*, Macmillan Press, London.

des variables afin d'identifier les pays déclarants. De cette manière, si un pays a tendance à sous-estimer ou à surestimer ses flux en moyenne par rapport à l'ensemble de ses partenaires, alors cela se reflète grâce au coefficient estimé de ce pays. En comparant les coefficients obtenus, des scores de fiabilité des déclarations sont établis. On sélectionne alors dans les calculs le flux du pays estimé comme étant le plus fiable. Dans ce processus d'harmonisation des données, il a parfois fallu ré-estimer certaines données semblant aberrantes, voir même en supprimer certaines.

Le travail de traitement des données porte aussi sur la distinction entre différenciation horizontale et différenciation verticale. En commerce international, cette distinction se fait en calculant la valeur unitaire à l'exportation des marchandises. Implicitement, cette approche signifie que la qualité d'une marchandise est mesurée par sa valeur unitaire à l'exportation et donc par son prix. Mais, comment définir le prix d'un séjour touristique grâce aux données de recettes touristiques ? Plutôt que de diviser les recettes par les arrivées (ce qui aurait donné les dépenses moyennes par touriste), il a été décidé de diviser les recettes par le nombre de nuitées. Le résultat fournit les dépenses moyennes pour une nuit selon la provenance des touristes. De cette manière, la durée des séjours ne biaise pas l'interprétation des résultats. De plus, une correction pour neutraliser les différences de coûts de vie entre les pays a été opérée grâce aux rapports des PIB PPA. En effet, un prix élevé pourrait signifier un coût de la vie plus élevé.

Trois méthodes (celles développées par Greenaway, Hine Milner, 1995 ; Fontagné et Freudenberg, 1997 ; Azhar et Elliot, 2006⁵) et plusieurs seuils ont été simulés pour tester la robustesse des résultats. Les applications dans notre cas de ces méthodes reposent sur la même hypothèse : les différences de qualité peuvent s'identifier par les différences de valeurs unitaires à l'exportation. Dans notre cas, l'idée générale est de comparer les dépenses touristiques bilatérales par nuit entre i et j , et si la différence entre ces dépenses dépasse un certain seuil, alors on en conclue que le niveau de qualité de prestation touristique entre i et j est différent. A l'inverse, si cette différence ne dépasse pas ce seuil, alors les niveaux de qualité sont les mêmes et on en déduit que les destinations ont une différenciation horizontale. On peut remarquer qu'implicitement, il est supposé que toutes les destinations touristiques sont différenciées horizontalement mais certaines sont aussi différenciées verticalement si le seuil est dépassé. Il

⁵ Greenaway, D., Hine, R.C. et Milner, C. (1995), "Vertical and Horizontal IIT: A Cross Industry Analysis for the United Kingdom", *Economic Journal*, 105, 1505-1518.

Fontagné, L. et Freudenberg, M. (1997), "IIT: Methodological Issues Reconsidered", Working papers in Economics No. 97-01, CEPII.

Azhar, A.K.M. et Elliott, R.J.R. (2006), "On the Measurement of Product Quality in IIT", *Review of World Economics*, 142, 476-495.

n'y a donc pas d'opposition entre différenciation horizontale et différenciation verticale mais plutôt une complémentarité dans certains cas. C'est une hypothèse parfaitement applicable au tourisme car comme il a été indiqué plus haut, on suppose dans ce cas que toutes les destinations (en termes de pays) sont des variétés différentes et que certaines se différencient aussi par le niveau de qualité proposé.

Intéressons-nous maintenant aux résultats du document 2 qui sont sans appel. Le commerce intra-touristique (qui représente entre 58% et 60% des échanges touristiques de l'échantillon) est essentiellement composé de services touristiques qui se différencient par leurs niveaux de qualité. Quels que soient la méthode de calcul et le seuil de distinction entre différenciations horizontale et verticale, la conclusion est la même. De cette manière, ce double résultat, sur l'intensité du commerce intra-touristique et sur la nature de la différenciation de ce type d'échange, doit amener à analyser plus en profondeur le tourisme international. En effet, trois questions se posent immédiatement à la suite de ces résultats. Premièrement, ne faut-il pas revoir entièrement la façon dont est étudiée la spécialisation touristique internationale ? Nous traiterons de cette question dans la section suivante. Deuxièmement, quels sont les couples ayant des échanges intra-touristiques intenses ? Troisièmement, pourquoi ces pays ?

Il apparaît que les pays géographiquement proches, ayant des liens linguistiques ou culturels, mais aussi des dotations touristiques en quantités similaires, ont tendance à avoir une forte proportion d'échanges intra-touristiques (par exemple Portugal/Espagne ; France/Italie ; Finlande/Suède ; Danemark/Pays-Bas ; Allemagne/Finlande). A l'inverse, les pays éloignés ou ayant très peu de liens culturels ou linguistiques, ou encore ayant de fortes différences dans les niveaux de dotations touristiques ou climatiques, sont caractérisés par une faible part de commerce intra-touristique (par exemple Grèce/Irlande ; Espagne/Allemagne ; Portugal/Suède ; Grèce/Finlande ; Espagne/Royaume-Uni).

Le document 3 permet d'identifier plus précisément les facteurs explicatifs de l'intensité du commerce intra-touristique. L'échantillon s'est étendu et il comporte désormais 23 pays de l'Union Européenne pour les années 2000 à 2008. Les résultats sur l'intensité du commerce intra-touristique et sur la place de la différenciation verticale sont globalement les mêmes que dans le document 2. Dans ce document, une analyse économétrique est réalisée afin d'estimer l'effet de plusieurs variables sur l'intensité du commerce intra-touristique vertical et horizontal. L'estimation est réalisée à travers des données bilatérales, ce qui nous permet de nous focaliser sur les différences et similarités des pays, pris deux à deux.

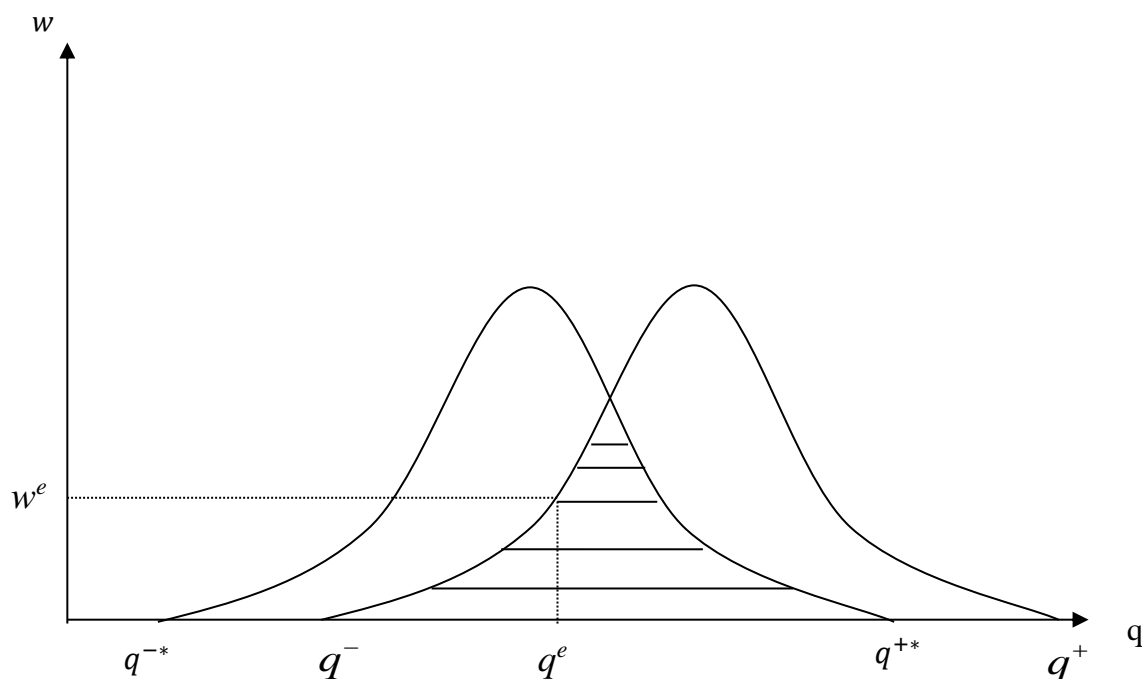
Cette analyse vise principalement à tester le modèle théorique du commerce intrabranche vertical développé par Flam et Helpman (1987)⁶. Il s'agit d'un modèle à deux pays, notés 1 et 2, qui sont caractérisés par des formes de distributions de revenus similaires mais par des revenus moyens différents. Les revenus moyens permettent de distinguer les gammes de qualités dans lesquelles se spécialisent les pays. Par exemple, si le revenu moyen du pays 1 est supérieur à celui du pays 2, alors le pays 1 se spécialise dans les produits de haute qualité alors que le pays 2 se spécialise dans les produits de basse qualité. L'intensité du commerce intrabranche vertical entre ces deux pays va dépendre du degré de recouvrement des distributions de revenus. En d'autres termes, deux mécanismes jouent en parallèle : la similarité des distributions de revenus (il ne faut pas que les plus hauts revenus du pays 2 soient inférieurs aux plus bas revenus du pays 1) et les différences de revenus moyens (sinon les deux pays vont avoir tendance à ne pas proposer une forte différenciation verticale).

Pour réaliser cette étude économétrique, il a donc fallu construire une variable de recouvrement des distributions de revenu. Grâce à l'utilisation des revenus moyens par décile, collectés par le Luxembourg Income Study (LIS), nous avons construit un indicateur de recouvrement dont la définition est la suivante : $1 - \frac{(p_1 + p_2)}{2}$, avec p_1 la proportion de la population dans le pays pauvre (le pays 2 du modèle de Flam et Helpman) ayant un revenu inférieur à celui du premier décile de la population du pays riche (le pays 1) ; et p_2 est la proportion de la population du pays riche ayant un revenu supérieur à celui du dernier décile de la population du pays pauvre. Cet indicateur peut se comprendre grâce à la figure 2.1, qui illustre le modèle de Flam et Helpman, avec les distributions de revenus des deux pays (le moins riche se repérant grâce à « * »). L'axe des « q » représente les niveaux de qualité que peuvent consommer les deux pays. Le niveau q_e est le niveau de qualité correspondant à la frontière délimitant les avantages comparatifs pour la différenciation de produit entre les deux pays (le pays 1 va se spécialiser dans les niveaux de qualité $[q_e; q^+]$; alors que le pays 2 va spécialiser dans les niveaux de qualité $[q^{-*}; q_e]$). Mais pour des questions de revenus disponibles, les consommateurs du pays 2 ne vont acheter que l'intervalle de qualité $[q_e; q^{+*}]$ au pays 1. Et ceux du pays 1 ne vont acheter que l'intervalle $[q^-; q_e]$ au pays 2. Le degré de recouvrement peut s'identifier grâce à la zone en hachurée (allant de la classe q^- à la classe q^{+*}). p_1 et p_2 représentent donc respectivement les zones $[q^- *; q^-]$ et $[q^+ *; q^+]$, c'est-à-dire celles qui sont exclues de la

⁶ Flam, H. and Helpman, E. (1987), "Vertical Product Differentiation and North-South Trade", *American Economic Review*, 77, 810-822

zone de recouvrement. Pour compléter l'approche théorique de Flam et Helpman (1987), une variable de différence des PIB par tête entre les deux pays est ajoutée.

Figure 2.1: Degré de recouvrement des distributions de revenus



En plus de la variable de recouvrement des distributions de revenus, le modèle économétrique comporte aussi les différences de PIB par tête (pour estimer les différences de degré de différenciation), ainsi que les variables de contrôle suivantes :

- Les différences de dotations naturelles, historiques et culturelles grâce à la différence de nombre de sites classés au patrimoine mondiale de l'UNESCO.
- Les différences de dotations météorologiques, à travers les différences de nombre de journées d'ensoleillement.
- La distance géographique pondérée par les distributions de populations entre les deux pays.
- Une variable muette indiquant si les deux pays sont affiliés à la même religion (en termes de proportions de fidèles dans la population totale).
- Une variable muette indiquant si les deux pays ont la même monnaie (l'Euro).
- Les PIB des pays afin de mesurer l'effet d'éventuelles économies d'échelles.

Les régressions économétriques reposent sur l'utilisation de plusieurs estimateurs afin d'affiner la robustesse des résultats. Le premier estimateur est basé sur les moindres carrés généralisés (MCG) avec l'ajout d'une matrice robuste de variance/covariance à la Eicker-White. Cet estimateur permet de s'assurer que les tests statistiques ne sont pas affectés par la présence

d'hétéroscédasticité. Le second estimateur est basé sur le logit fractionnaire développé par Papke et Wooldridge (1996)⁷. Cet estimateur est particulièrement recommandé en cas de distribution non-normale pour la variable endogène, ce qui est le cas car la distribution des indicateurs de Grubel et Lloyd est bimodale dans notre cas, c'est-à-dire qu'il y a une concentration de valeurs proches de 0 et de 1.

Le premier résultat à signaler est que le modèle est bien plus satisfaisant d'un point statistique pour le commerce intra-touristique vertical que pour le commerce intra-touristique horizontal. La variable de recouvrement des distributions de revenus agit positivement sur l'intensité du commerce intra-touristique vertical, ce qui signifie que plus les distributions de revenus se recouvrent, plus les pays s'échangent des produits touristiques dans des proportions similaires et différenciés par leurs niveaux de qualité. Cette variable de recouvrement des distributions de revenus n'a aucun effet sur le commerce intra-touristique horizontal. De plus, les différences de PIB par tête agissent positivement sur l'intensité du commerce intra-touristique vertical (ce qui signifie que plus les revenus moyens diffèrent, plus le degré de différenciation verticale va être important). A l'inverse, l'effet estimé sur le commerce intra-touristique horizontal est négatif, ce qui valide l'hypothèse des demandes représentatives (et la similarité des goûts des consommateurs) évoquée par Linder (1961)⁸. C'est-à-dire que le commerce intra-touristique horizontal est favorisé entre pays ayant des demandes (et donc des revenus moyens) similaires. Pour terminer, d'autres résultats intéressants sont aussi à signaler à travers les effets estimés sur les variables de contrôle. Premièrement, il semble que le commerce intra-touristique vertical soit affecté positivement par les différences de conditions météorologiques entre les deux pays, ce qui suggère que les pays ayant de « faibles » dotations météorologiques compensent avec des niveaux de qualités de prestations touristiques plus élevés (alors que les pays ayant de bonnes conditions météorologiques ont tendance à proposer des services touristiques de basse qualité). Deuxièmement, le fait de partager les mêmes valeurs religieuses entre deux pays favorise le commerce intra-touristique entre ces pays, quelle que soit la différenciation (horizontale et verticale). Ce point mérite une attention supplémentaire, comme on le verra dans la prochaine sous-section avec le document 4.

⁷ Papke, L. E. et J.M., Wooldridge (1996), "Econometric methods for fractional response variables with an application to 401(k) plan participation rates", *Journal of Applied Econometrics*, 11, 619–32.

⁸ Linder, S.B. (1961), *An essay on trade and transformation*, John Wiley and Sons, New-York.

2.3 Le rôle des préférences culturelles sur les flux touristiques internationaux

L'objectif du travail réalisé dans le document 4 est de mieux comprendre le lien entre distance (ou proximité) culturelle entre deux pays et l'intensité des échanges touristiques entre ces pays. L'effet de la proximité culturelle sur les flux touristiques internationaux est traité à travers deux angles d'analyse dans la littérature. Le premier angle est basé sur les théories en management et en marketing et repose sur le travail de Hofstede (1980)⁹ qui avait calculé des scores de dimensions culturelles à l'aide d'enquêtes réalisées dans 64 succursales d'IBM. L'idée principale de ces travaux était de calculer des distances de dimensions culturelles entre pays en comparant les scores. Le second angle d'analyse repose sur l'application des modèles gravitaires. Il repose sur un cadre théorique développé en commerce international et en économie géographique selon lequel les flux commerciaux entre deux zones sont proportionnels aux masses de ces zones et inversement proportionnel à la distance séparant ces zones. Généralement, les masses des zones économiques (les pays dans ce cas) sont appréhendés par les PIB ou les niveaux de population. Les bases théoriques du modèle gravitaire appliqué au commerce international ont été posées par Anderson (1979) et Bergstrand (1985, 1989)¹⁰.

Ce type de modèle nécessite des données bilatérales et la majorité des travaux qui estiment ce genre de modèle pour analyser les flux touristiques, utilise des données d'arrivées. Pour éviter que la variable de distance géographique ne capte un effet de distance culturelle (qui serait alors mélangé à celui des coûts de transport), de nombreux articles en économie du tourisme ajoutent des variables dites « muettes », c'est-à-dire des variables prenant deux valeurs : 1 si les deux pays partagent un lien particulier et 0 sinon. Les variables muettes traditionnellement incluses sont les suivantes : frontière commune, langue commune, liens historiques, liens religieux, appartenance à la même zone de libre échange (par exemple l'UE), etc. Tous ces travaux montrent que les coefficients estimés de ces diverses variables sont très significatifs. Comme il a été indiqué dans la présentation du document 3, la variable sur la religion ressortait très significativement de toutes les estimations (sur le commerce intra-touristique global, horizontal

⁹ Hofstede, G. (1980), *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills: Sage.

¹⁰ Anderson, J.E (1979), "A theoretical foundation for the gravity equation", *American Economic Review*, 69 (1), 106-16.

Bergstrand, J.H. (1985), "The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence", *The Review of Economics and Statistics*, 67(3), 474-481.

Bergstrand, J.H. (1989), "The generalized gravity equation, monopolistic competition, and the factor-proportions theory in international trade", *The Review of Economics and Statistics*, 71(1), 143-153.

et vertical). Cette variable fut construite grâce aux données du World Factbook de la CIA. Dans ce regroupement de données, nous disposons d'une estimation de la part des fidèles selon 5 branches du christianisme : les catholiques romains, les protestants, les orthodoxes, les anglicans et les luthériens. Etant donné l'échantillon de pays utilisé (pays développés ou le catholicisme est nettement majoritaire dans la population), nous nous sommes focalisés sur ces cinq branches. Ce résultat indiquait bien qu'il existe une dimension culturelle permettant d'expliquer les flux touristiques, qui n'était pas capturée par la variable de distance. Mais si cette variable de proximité religieuse n'était pas ajoutée, le coefficient de la variable de distance géographique s'en trouvait très nettement modifié.

Cependant, on peut remarquer que l'utilisation de ces variables muettes ou des variables de distances de dimensions culturelles comporte plusieurs limites importantes. Premièrement, avec l'utilisation de telles variables, on suppose que la proximité culturelle entre deux pays est un élément invariant, c'est-à-dire qu'elle ne peut pas évoluer dans le temps. Deuxièmement, il est supposé que ces préférences sont symétriques. Par exemple, cela signifie que les préférences culturelles des français pour le Canada sont exactement les mêmes que celles de canadiens pour la France.

Dans le document 4, je propose un nouvel indicateur permettant de capter les effets de préférences ou d'affinités culturelles, complémentaire aux variables traditionnellement ajoutées jusque-là dans la littérature mais qui a pour avantage de varier dans le temps et de ne pas être symétrique. L'ajout de cette variable permet de comprendre qu'un élément supplémentaire n'était jusque-là non capté par les travaux dans la littérature en économie du tourisme.

Pour cela, on s'inspire du travail réalisé par Disdier *et al.* (2010)¹¹ qui utilise les données d'exportations et d'importations de biens et de services culturels, provenant des balances de paiements des pays, comme indicateur de préférences culturelles afin d'expliquer les flux internationaux de marchandises. Le choix des données est basé sur la classification proposée par l'UNESCO (2005) des biens et services culturels, comme indiqué par le tableau 2.3.

¹¹ Disdier, A-C., S.H.T., Tai, L. Fontagne. And T. Mayer (2010), "Bilateral trade of cultural goods." *Review of World Economics*, 145(4): 575-595.

Tableau 2.3 : Liste des produits culturels selon la classification opérée par l'UNESCO

Produits	Détails	Codes Comtrade (HS2012 or EBOPS 2002)
Biens culturels de base		
Biens du patrimoine	Collections et pièces de collection, Antiquités d'un âge supérieur à 100 ans.	9705, 9706
Livres	Livres imprimés, dépliants de brochures, livres d'images pour enfants, livres de dessins pour enfants, livres à colorier.	490191, 490199, 49011, 4903
Journaux et périodiques		49021, 49029
Autre imprimé	Musique imprimée, cartes postales, images et design.	4904, 490591, 490599, 4909, 491191
Médias enregistrés	Disques phonographiques, disques laser, systèmes de lecture pour la reproduction de sons uniquement. Bandes magnétiques enregistrées, sur supports enregistrés pour les sons.	85241, 852421, 852422, 852423, 85249
Arts visuels	Peintures, sculptures, lithographies.	97011, 97011, 97019, 9702, 9703
Médias audiovisuels	Jeux vidéo utilisés avec un récepteur de télévision - Films photographiques et cinématographiques exposés et développés.	95041, 37051, 37052, 37059, 37061, 37069
Services culturels de base	Audiovisuel et services connexes, droits d'auteur et droits de licence.	891, 892, 894
Produits et services culturels connexes	Instruments de musique - Enregistreurs son et disques acoustiques enregistrés - Fournitures cinématographiques et photographiques - Récepteurs de télévision et de radio - Plans d'architecture et matériel de publicité commerciale et de dessin - Services d'information, services d'agences de presse - Services de publicité et d'architecture - Autres services personnels, culturels et récréatifs	9201, 85238, 85258, 8527287, 288, 289

En amont du travail d'estimation, il a donc fallu procéder à un travail de collecte de données et sélectionner les 40 items dans les balances de paiements se rapprochant le plus possibles des produits indiqués dans la liste proposée par l'UNESCO. Le tableau 2.3 permet de présenter les résultats de ce travail. A chaque liste de produits correspond un code Comtrade sélectionné pour se rapprocher le plus possible de la définition du produit (base de données de la banque mondiale comportant les informations des balances de paiements).

Puisque les données sur les exportations et les importations touristiques ne sont pas facilement disponibles, et que celles sur les biens et services culturels ont le même problème, l'échantillon se focalise sur les échanges bilatéraux entre 12 pays de l'OCDE entre 2002 et 2012.

Le modèle économétrique estimé comporte 6 variables explicatives, en plus de la variable des préférences culturelles. Il s'agit des principales variables utilisées (et parfois remaniées) dans la littérature. La première variable concerne le prix relatif de la destination mesuré à travers le rapport des PIB PPA (pays de destination sur pays de provenance). Il signifie le niveau de richesse de la destination relativement à celui du pays émetteur de touristes.

La seconde et la troisième variable sont les PIB respectivement de la destination et du pays émetteur de touristes. La quatrième variable est la distance géographique entre les pays (pondérée par les distributions de populations). Les deux dernières variables sont des variables muettes : langue commune et liens coloniaux. Une liste importante d'autres variables muettes ont été testée dans un premier temps (frontière commune, appartenance à la même zone économique, monnaie commune) mais pour éviter d'ajouter de la multicolinéarité, seules les variables sur la langue et liens coloniaux ont été conservés, notamment parce qu'il s'agissait des variables les plus significatives.

L'estimation a été réalisée avec une procédure en deux étapes. Les exportations et importations de biens et services culturels peuvent être expliquées à travers un modèle comportant les six variables citées précédemment. Afin d'éviter un autre problème de multicolinéarité, voir d'endogénéité, un premier modèle a été estimé. Il consiste à régresser les exportations de biens et de services culturelles à travers les six variables de contrôle. On a extrait les résidus de cette régression pour utiliser ces données comme proxy des affinités/préférences des touristes étrangers pour la destination. De ce fait, cette variable apporte donc un élément explicatif autre que ce qu'apportent déjà les autres variables. Il s'agit bien d'une variable reflétant les préférences culturelles dans le sens où nous utilisons comme données les achats de biens et services culturels qui ne sont pas expliqués économiquement.

Pour mesurer l'apport de cette nouvelle variable, les résultats de l'estimation sont comparés à ceux ne comportant pas cette variable supplémentaire. Deux estimateurs ont été utilisés étant donné la présence d'hétéroscédasticité. Le premier estimateur est le même que celui utilisé dans le document 3 : l'estimateur des MCG avec une variance des variances/covariances des résidus robustes à la Eicker-White. Le deuxième estimateur est celui qui très couramment utilisé en littérature du commerce international depuis les travaux de Santos Silva et Tenreyro (2006)¹², pour les modèles gravitaires avec une spécification économétrique log-linéaire (afin de mesurer les élasticités) comme c'est notre cas. Il s'agit de la méthode du pseudo-maximum de vraisemblance dans le cadre d'un modèle de Poisson.

Il ressort de ces régressions plusieurs enseignements. Premièrement, les résultats sont très stables selon les estimateurs choisis, et même si on ajoute des effets fixes. On peut donc dire que nos estimations sont robustes et qu'elles ne sont pas affectées par le choix de la méthode ou de l'estimateur.

Deuxièmement, tous les effets estimés sont ceux attendus pour les variables de contrôle, nous avons donc un modèle en cohérence avec ceux précédemment réalisés dans la littérature. Le coefficient estimé de la variable du prix relatif de la destination est négatif et proche de -1,8 ce qui illustre que la demande touristique est fortement élastique. Pour les PIB, les coefficients estimés sont positifs, ce qui confirme l'effet de masse attendu dans le modèle gravitaire (mais il est moins important que celui que détectent les travaux en commerce international). La distance géographique agit négativement sur les exportations touristiques mais son effet est légèrement plus faible que celui mesuré dans d'autres estimations réalisées dans la littérature en économie du tourisme. Enfin, le fait de partager une langue commune ou des liens coloniaux favorise l'intensité des échanges touristiques.

Troisièmement, l'ajout de la variable des préférences culturelles est statistiquement justifié et ne modifie pas les résultats précédemment obtenus pour les autres variables, sauf pour la variable muette qui concerne les liens coloniaux. La procédure d'estimation en deux étapes nous garantit que cette non-significativité de cette variable n'est pas due à un effet de corrélation entre variables explicatives. Cette perte de significativité s'explique donc par le faible pouvoir explicatif de la variable des liens coloniaux.

¹² Santos Silva, J. et S., Tenreyro, (2006), "The log of gravity", *The Review of Economics and Statistics*, 88(4): 641-658.

On peut remarquer que l'apport de pouvoir explicatif avec cette nouvelle variable pour le modèle est, selon les estimations, entre 10% et 17% (pour parvenir à ce chiffre, il suffit de calculer le coefficient de détermination partiel entre les régressions). Un test de significativité a été appliqué par rapport à 0 et il s'avère que ce taux est hautement significatif. En plus de constater le pouvoir explicatif de cette variable, on peut aussi remarquer qu'il s'agit d'une des variables les plus significatives du modèle (avec le PIB de la destination et la distance géographique).

Selon les estimations, on peut en conclure qu'une augmentation de 1% des préférences culturelles pour la destination i de la part des touristes du pays j entraîne une augmentation de recettes touristiques d'environ 0,38% pour cette destination suite aux dépenses de ces touristes. Ce résultat permet de comprendre pourquoi une destination comme les Etats-Unis arrivent à recevoir autant de recettes touristiques. La capacité de cette destination à vendre en amont des produits culturels, lui permet d'attirer des touristes et surtout de les inciter à dépenser beaucoup. En réalité, selon nos estimations, il semble que les préférences culturelles aient une importance supérieure pour expliquer les recettes touristiques de cette destination par rapport à d'autres variables pourtant considérées comme fondamentales comme le niveau des prix d'une destination.

2.4 Nouvelles pistes de recherche

Les travaux empiriques des documents 2 à 4 ne comportent que des pays développés et la majorité d'entre eux sont des pays européens. Etant donné que les données bilatérales d'exportations et d'importations de services touristiques sont relativement rares, il a fallu faire ce choix d'utiliser des échantillons de pays restreints. Le commerce intrabranche est une caractéristique des pays développés situés dans des zones d'intégration économiques régionales (et notamment les pays de l'Union Européenne). Il n'est donc pas étonnant qu'au sein de l'Union Européenne, il y ait une forte proportion de commerce intra-touristique. Peut-être que ce phénomène n'a pas le même poids dans d'autres régions du monde. Il serait intéressant de pouvoir mesurer l'intensité du commerce intra-touristique dans d'autres zones d'intégration économiques régionales et aussi entre pays appartenant à des zones régionales différentes. Ce genre d'étude semble désormais réalisable pour certaines destinations, notamment celles du Pacifique.

Le prochain sujet de recherche sur les flux touristiques internationaux sur lequel je me consacrerai concernera une étude de la demande touristique adressée aux économies insulaires. L'isolement et les conditions géographiques de ces pays, ainsi que leurs démographies, ne leur permettent pas de diversifier fortement leurs économies. Or dans ces pays, le poids économique du tourisme est proche des 20% (par rapport au PIB ou par rapport à l'emploi total par exemple). Et comme ces économies sont petites, de légers changements peuvent avoir des conséquences importantes. De plus, il n'est pas possible pour ces destinations de produire en amont des biens et services culturels pour attirer les touristes de la même manière qu'on l'a détecté pour les pays de l'échantillon dans le document 4. Par conséquent, d'autres phénomènes culturels ou informels doivent jouer pour expliquer l'attractivité de ces destinations. De cette manière, on essaiera de se focaliser sur les spécificités de ces économies insulaires. La situation d'isolement (donc de distance globale), le niveau des prix, les liens culturels, le degré de libéralisation de l'aérien et le niveau d'implication des pouvoirs publics dans la planification touristique seront certainement des variables déterminantes.

3. La place du tourisme dans la mondialisation

Etant donné que le secteur du tourisme ne suscite pas autant d'investissements directs étrangers que d'autres secteurs, mais aussi parce qu'une destination ne peut pas être un produit délocalisé, il a longtemps été supposé que le tourisme n'était pas concerné par les phénomènes économiques engendrés par la mondialisation. Cependant le tourisme n'est pas un produit unique mais une combinaison d'activités et de services. Il est produit à l'aide de nombreuses activités hétérogènes qui sont combinées à travers de multiples étapes séquentielles. Par exemple, selon la définition des comptes satellites du tourisme, 12 secteurs sont inclus dans les activités caractéristiques du tourisme : (1) hôtels et établissements assimilés, (2) propriétés de résidences secondaires, (3) restaurants et établissements assimilés, (4) transports ferroviaires de voyageurs, (5) transports routiers de voyageurs, (6) transports de voyageurs par voie d'eau, (7) transports aériens de voyageurs, (8) services annexes de transports de voyageurs, (9) location de matériel de transports de voyageurs, (10) agences de voyages et activités similaires, (11) services culturels, (12) services sportifs et autres services récréatifs. De même, selon Sinclair et Stabler (1997, page 58)¹³, le produit touristique est un « produit composite qui fait intervenir les services de transports, les services d'hébergements, les services de locations, les ressources

¹³ Sinclair M-T. et Stabler M. (1997), *The economics of tourism*, éditions Routledge

naturelles, les services récréatifs et d'autres services et aménagements comme les commerces et les banques, les agences de voyages et les tour-opérateurs ». Toutes ces composantes sont séparées technologiquement et sont indépendantes mais séquentiellement reliées par une chaîne de valeurs ajoutées avec, comme produit final, le produit touristique lui-même. Il est important de comprendre que lorsqu'un individu achète un séjour touristique à un tour-opérateur, ce dernier a dû acheter en amont une combinaison de produits de voyages, comprenant au moins un des services touristiques mentionnés précédemment. De plus, même si le touriste compose le séjour lui-même, une activité d'assemblage est toujours nécessaire (dans ce cas, c'est le touriste lui-même qui la réalise). Il achète alors des segments à d'autres secteurs qui les produisent. Il suffit qu'un segment soit produit dans un autre pays, pour qu'on ait une situation de division internationale de la production touristique (DIPT), c'est-à-dire que le processus séquentiel a été scindé en plusieurs composantes de productions, localisées dans des pays différents.

On présente dans cette section les documents 5 à 7 sur spécialisation touristique internationale. Ces travaux sont à la fois théoriques et empiriques (mais pas économétriques). Ils reposent sur un cadre d'analyse ricardien, c'est-à-dire que la localisation des étapes de production est déterminée grâce à la mesure des avantages comparatifs. La première sous-section permet de présenter le concept et des exemples de cas de DIPT. La seconde sous-section permet d'illustrer l'internationalisation progressive qu'a connue le secteur du tourisme ces dernières années. La troisième sous-section présente les résultats empiriques reflétant bien l'existence de la DIPT. La dernière sous-section permettra d'évoquer des pistes de recherche futures sur la spécialisation touristique internationale.

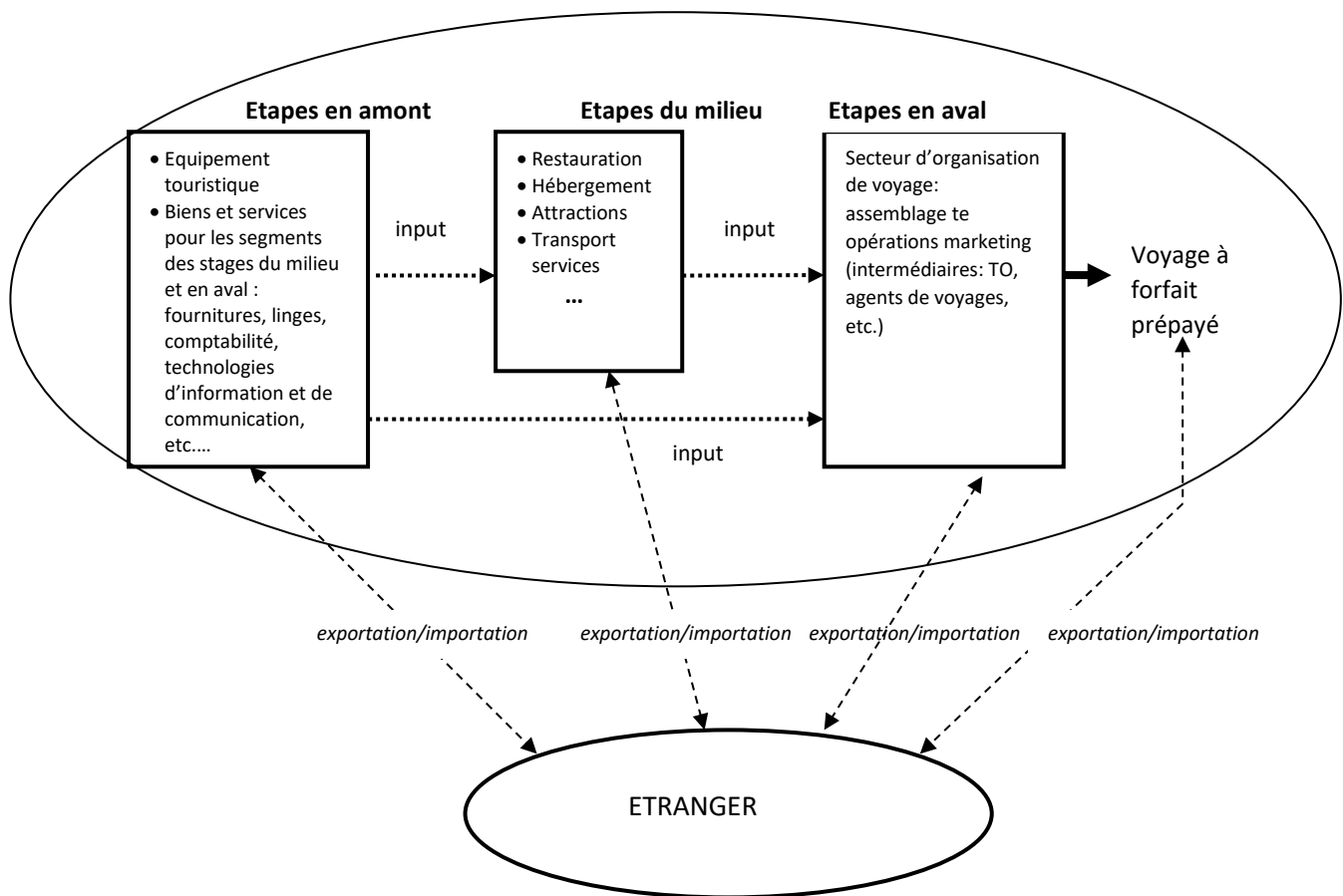
3.1 La division internationale de la production touristique (DIPT)

Dans cette sous-section, nous nous intéressons aux bases du modèle de DIPT, qui sont présentées dans le document 5. Afin de se rapprocher au plus de la classification des comptes satellites du tourisme, nous démarrons avec un modèle qui est illustré par la figure 3.1.

Le voyage touristique est le résultat de trois étapes de production séquentiellement reliées mais technologiquement indépendantes. La première étape, étape en amont du processus, consiste à produire les équipements touristiques ainsi que les biens et services qui seront utilisés dans les autres étapes, comme inputs intermédiaires. La seconde étape, l'étape du milieu, permet de produire les services touristiques de la destination : la restauration, l'hébergement, les

attractions, les transports, etc. Ces produits servent eux-mêmes d'inputs intermédiaires et sont par la suite assemblés dans la dernière étape, l'étape en aval. L'opération d'assemblage étant assurée par les agences de voyage, les tours opérateurs, etc. Ils ajoutent des services (marketing par exemple) afin de proposer un séjour touristique à forfait prépayé. On peut remarquer que les trois étapes peuvent faire l'objet d'échanges internationaux (importations/exportations). Nous reviendrons dans la deuxième sous-section sur cette hypothèse que les étapes sont internationalement échangeables. Mais nous pouvons d'ores et déjà soutenir cette hypothèse notamment suite aux accords du GATT sur la libéralisation internationale des services.

Figure 3.1 : Processus de production séquentiel d'un voyage à forfait prépayé



Dans le cadre théorique qui suit, on remanie encore ce modèle pour utiliser un raisonnement basé sur les chaînes d'avantages comparatifs. Ce raisonnement permet d'identifier la localisation de la production des secteurs concernés. Le but est de se rapprocher à la fois le plus possible de la réalité et de pouvoir tester empiriquement ce modèle.

Il s'agit d'un modèle à deux pays avec deux produits : un produit touristique et un produit manufacturé. Le produit touristique est le résultat de trois segments de production : le transport de passagers, l'hébergement et l'assemblage. Cette version simplifiée intègre tous les services durant le séjour (attractions, restauration, etc.) au sein de la seconde étape (l'hébergement). Les trois étapes nécessitent un seul facteur de production : du travail. Ajouter un second facteur de production (du capital) ou d'autres segments (notamment tous les biens et services intermédiaires qui sont nécessaires à chaque segment) ne changerait pas les résultats du modèle. Le segment d'assemblage est pris en charge par les tour-opérateurs ou les agences de voyages. Même si le touriste organise lui-même l'assemblage, là encore, cela ne modifierait pas les fondamentaux du modèle. On suppose que chaque produit et que chaque étape peuvent-être échangés internationalement entre les deux pays. Autrement dit, il n'existe pas de coûts autres que le coût du travail dans les pays.

Le raisonnement des chaînes d'avantages comparatifs, simplifié comme dans le document 5 permet d'identifier déjà beaucoup de situations très différentes. La chaîne des avantages comparatifs est basée sur les rapports relatifs des quantités de travail pour produire dans chaque segment ou produit. La délimitation des avantages comparatifs se détermine grâce au niveau des salaires relatifs. De cette manière, chaque pays a au moins un avantage comparatif puisque nous raisonnons en relatif.

Un premier cas possible de ce modèle est qu'un pays ait un avantage comparatif dans tous les segments de production touristiques et que l'autre pays ait un avantage comparatif dans la production du bien manufacturé. Tous les segments seront donc localisés dans le même pays, la spécialisation sera donc opérée sur les produits finis. Dans cas, il n'y a pas de DIPT. Le commerce international est composé uniquement de produits finis.

Un deuxième cas possible est que le premier pays ait des avantages comparatifs dans l'hébergement et dans l'assemblage alors que le second pays ait, en plus d'un avantage comparatif dans la production du bien manufacturé, un autre avantage comparatif dans le segment de transport de passagers. Dans ce cas la spécialisation est la suivante : le premier pays se spécialise dans l'hébergement et dans la vente du produit touristique alors que le second pays se spécialise dans la production manufacturière et dans le transport des passagers. Ce cas signifie que la production touristique est composée de plusieurs segments qui sont localisés dans différents pays. Nous sommes alors dans un cas de DIPT. Le pays accueillant les touristes (le premier, celui qui est spécialisé dans l'hébergement) et qui leur vend ce produit, doit acheter

au second pays des services de transports pour amener les touristes. Dit autrement, les touristes utilisent les services de transport de leur propre pays pour voyager à l'étranger.

Cet exemple illustre la difficulté d'analyser le sens des flux internationaux en économie du tourisme. Les trois segments de la production touristique sont des services, il est donc important d'identifier le sens des flux monétaires (les exportations donc les recettes et les importations donc les dépenses) afin de repérer où est localisée la production du segment. Deuxièmement, la spécialisation dans le segment de l'hébergement détermine quel est le pays d'accueil.

Avec ces deux cas, on peut comprendre qu'il existe trois formes de spécialisation touristique. Premièrement, il est possible qu'un pays ait une spécialisation touristique « intégrée » positive, c'est-à-dire qu'il produit et qu'il exporte tous les segments de production. Deuxièmement, un pays peut avoir une spécialisation touristique partielle, c'est-à-dire qu'il produit et exporte certaines étapes de production. Dans ce cas, si ce pays est celui qui commercialise le produit touristique, il devra aussi importer certains segments de production intermédiaires. Enfin, un pays peut avoir une spécialisation touristique « intégrée » négative, ce qui signifie qu'il ne produit et qu'il n'exporte aucun segment de production.

Avec cette modélisation, d'autres cas peuvent être aussi envisagés. Par exemple, il est possible qu'un pays ne se soit spécialisé que dans le segment de l'assemblage. Dans ce cas, cela signifierait qu'un touriste peut partir en vacances dans son propre pays, en utilisant des transports produits aussi par son pays mais que tout lui ait été vendu en amont par une agence de voyage étrangère. Ou alors, un système de cabotage est aussi envisageable, dans le sens où un touriste peut rester dans son propre pays en utilisant une compagnie de transport étrangère. Ce genre de cas est de plus en plus développé en Union Européenne avec la libéralisation des transports de passagers (tous modes de transport confondus). Ces deux autres exemples sont aussi des cas de DIPT.

3.2 L'internationalisation progressive du tourisme

Le document 6 repose sur le même cadre théorique ricardien que dans le document 5, à la différence notable que la présence de coûts de transaction est prise en compte pour les produits finis mais aussi pour des produits intermédiaires. Ces coûts de transaction ont plusieurs significations. Il peut s'agir d'un coût à l'exportation, d'un coût institutionnel voir d'un coût technologique (comme un coût de communication). Pour cela, on s'inspire du modèle de

Deardorff (2001, 2005)¹⁴ et de l'approche de Grossman et Rossi-Hansberg (2008)¹⁵. Ces coûts de transaction engendrent de nouvelles possibilités théoriques. En effet, il est alors possible que certains produits intermédiaires ou finis ne soient pas internationalement échangeables.

De cette manière, soit le bien ou le service est produit et exporté par le premier pays, soit il est produit et exporté par le second pays, soit il n'est pas exporté et les deux pays doivent le produire. Imaginons que le prix de ce produit soit le plus bas chez le premier pays. Dans ce cas, pour que ce produit soit échangeable, il faut que le prix de ce bien à l'exportation (c'est-à-dire le prix intégrant le coût de transaction) soit toujours inférieur à celui du second pays (sans les coûts de transaction). Dans l'approche précédente, la modélisation permettait d'envisager 24 possibilités théoriques alors qu'ici, avec l'ajout des coûts de transaction, nous en avons 120. Parmi toutes ces possibilités, plusieurs d'entre elles permettent, mises bout à bout, de comprendre comment le secteur du tourisme s'est progressivement internationalisé.

Les services, d'une manière générale, sont devenus échangeables au niveau international beaucoup plus tardivement que les biens. Cette ouverture commerciale des services est principalement due à l'imposant développement des nouvelles technologies de communication et d'information, ainsi qu'à la libéralisation des investissements directs étrangers dans le monde entier et aux nouvelles formes d'investissements internationaux. Les services touristiques n'ont pas échappé à ce phénomène.

Jusqu'aux années cinquante, les trois segments du modèle que je développe (hébergement, transports de passagers et assemblage) n'étaient pas internationalement échangeables. Les touristes ne voyageaient que très peu à l'étranger et ils n'utilisaient que des compagnies aériennes et des tour-opérateurs nationaux pour voyager à l'intérieur de leur territoire. Ce cas s'illustre dans le modèle de DIPT par la situation où les coûts de transaction sont trop importants pour tous les segments, pour qu'ils soient échangeables.

Durant les années 60 et 70, les nouvelles facilités pour obtenir un visa, l'augmentation des ressources financières des ménages dans les pays occidentaux, l'ouverture de certains pays aux étrangers et les progrès techniques dans les transports ont eu pour conséquence que les touristes se sont de plus en plus déplacés à l'étranger. Dans notre modèle, on peut alors supposer qu'à

¹⁴ Deardorff A.V. (2001), « Fragmentation in Simple Trade Models », *North American Journal of Economics and Finance*, 12(2), 121-137.

Deardorff A.V (2005), « Ricardian comparative advantage with intermediate inputs », *North American Journal of Economics and Finance*, 16(1), 11-34.

¹⁵ Grossman G. et Rossi-Hansberg E. (2006), « The Rise of Offshoring: It's Not Wine for Cloth Anymore », *Journal of the Federal Reserve Bank of Kansas City*, vol.2006, 59-102

cette période, le segment de l'hébergement devient exposé au commerce international. Cependant, les autres segments sont encore abrités. Cette situation signifie que les touristes se rendent à l'étranger et consomment des produits d'hébergements en ayant fait appel à une compagnie aérienne et à un voyageur ou à un tour-opérateur de leur propre pays.

La libéralisation du transport aérien qui a lieu pendant les années 80, initiée par le Airline Deregulation Act en 1978 aux États-Unis puis soutenue par l'administration Reagan et par le gouvernement Thatcher, a conduit à ce qu'une libre concurrence s'installe sur un même territoire entre les compagnies aériennes nationales et par la suite avec les compagnies étrangères. Cette libéralisation s'est ensuite progressivement propagée dans les pays de l'OCDE. Dans notre modèle, le segment de transport des passagers devient échangeable à partir de cette période. Concrètement, cela signifie que le touriste peut se rendre à l'étranger avec des compagnies aériennes étrangères mais ils continuent d'acheter un voyage à des voyageurs et tour-opérateurs nationaux.

Enfin, à la fin des années 90 et au début des années 2000, il y a eu un fort mouvement de libéralisation, de déréglementation et d'ouverture du marché des tour-opérateurs, notamment en Union Européenne. Pour ce modèle, on peut supposer que ce mouvement a eu pour conséquence que le segment de l'assemblage soit devenu échangeable et que le produit fini, résultant des trois segments le soit aussi. Dans ce cas, le touriste peut acheter un voyage à forfait prépayé en n'utilisant que des services touristiques étrangers. Il achète ce séjour à un tour-opérateur étranger qui lui proposera une compagnie aérienne étrangère. On peut constater qu'avec les nouvelles technologies de communication et l'apparition de plateformes de réservation en ligne et de partage, de nouveaux modèles économiques (AirB&B, Booking, etc.) ont amplifié ces dernières années ce processus d'internationalisation du tourisme.

L'ouverture du tourisme au commerce international s'est réalisée progressivement. Cette rapide interprétation permet de mettre en évidence qu'il est indispensable de tenir compte de la présence de coûts de transaction sur chaque segment de production pour comprendre la dynamique de la division internationale de la production touristique. Ces coûts de transaction sont déterminants dans le raisonnement théorique pour que le tourisme soit un service échangeable au niveau international.

3.3 La spécialisation touristique : un phénomène qui illustre la diversification des stratégies des destinations

Dans les documents 5 et 6, des analyses empiriques complètent les cadres théoriques présentés auparavant. Les résultats de ces analyses sont synthétisés dans cette sous-section. Ils reposent sur des échantillons de 38 pays et sur une période étendue (1980-2004 pour le document 5 ; 1980-2006 pour le document 6).

Ces analyses sont basées sur des calculs d'indicateurs d'avantages comparatifs révélés grâce aux données des balances de paiements. Les nomenclatures internationales ne permettent de faire la distinction qu'entre deux segments de la production touristique : le poste « voyage » contenant les informations sur les attractions, l'hébergement et la restauration ; et le poste « transport des passagers ». Même si nous ne disposons que de ces deux postes, il est possible de vérifier l'existence ou non d'une forme de DIPT en pratique. En effet, si un pays a des avantages comparatifs révélés dans les deux secteurs, on peut en déduire qu'il a une spécialisation touristique intégrée positive. Si un pays a un avantage comparatif révélé dans un secteur et un désavantage dans l'autre secteur, il est en situation de spécialisation touristique partielle. Enfin, en cas de désavantage comparatif révélé dans les deux secteurs, on peut parler de spécialisation touristique intégrée négative.

Dans le document 5, l'indicateur choisi est celui proposé par Lafay (1992)¹⁶ et utilisé par le CEPII. Il mesure la contribution du secteur étudié à la balance commerciale d'un pays. Il nécessite des données d'exportations et d'importations au niveau global et pour le secteur étudié. Il est exprimé en millièmes de PIB. S'il est positif, il signale que le pays étudié a un avantage comparatif révélé dans le secteur étudié. A l'inverse, s'il est négatif, il révèle un désavantage comparatif. Dans le document 6, l'indicateur choisi est celui de Balassa (1965)¹⁷. Celui-ci mesure le poids du secteur étudié dans le commerce du pays concerné par rapport au poids de ce secteur dans le commerce mondial. Il se compare par rapport à 1. S'il est supérieur à cette valeur, il y a un avantage comparatif révélé et dans le cas contraire, il y a un désavantage comparatif révélé.

Le premier résultat à signaler est que seulement un tiers des pays étudiés, dans les deux études, ont une forme de spécialisation touristique intégrée (positive ou négative) sur toute la période

¹⁶ Lafay G. (1992), « The Measurement of Revealed Comparative Advantages », dans Dagenais M.G. et Muet P-A. (1992), *International Trade Modelling*, London: Chapman & Hall

¹⁷ Balassa B. (1965), « Trade Liberalization and 'Revealed' Comparative Advantage », *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33, 99-123.

d'étude. Par conséquent, les deux tiers des pays analysés ont connu durant cette période, une forme de spécialisation touristique partielle, ce qui signifie qu'il existe bien en pratique une DIPT. Certains pays ont des désavantages comparatifs dans les deux segments de production et par conséquent, ils importent le système entier de production touristique (Canada, Japon, Brésil, Argentine). D'autres pays ont des avantages comparatifs pour les deux segments de production et par conséquent, ils exportent le système entier de production touristique (Italie, Espagne, Portugal, Chypre, Malte, Costa Rica, Jamaïque, Maroc, Tunisie, Jordanie). Parmi les pays ayant une spécialisation touristique partielle, il y en a très peu qui se sont engagés de façon permanente dans la division internationale de production touristique.

Par conséquent, et c'est le deuxième résultat important à signaler, la DIPT est un phénomène dynamique, c'est-à-dire qu'il y a des évolutions dans les formes de spécialisations. Environ la moitié des pays des deux échantillons ont connu un changement de spécialisation. Certains sont passés d'une forme de spécialisation touristique intégrée positive à une spécialisation touristique partielle (Italie, Royaume-Uni, Suisse). Le mouvement inverse fut aussi constaté (Thaïlande, l'Uruguay). De plus, il y a plusieurs cas de pays qui n'avaient pas de spécialisation touristique et qui ont ensuite développé une spécialisation touristique partielle (comme la Tanzanie et le Botswana). Il est important de noter que l'évolution individuelle de chaque pays peut parfois paraître complexe (voir par exemple le cas de la Pologne qui connaît quatre phases différentes de spécialisation dans la période d'étude). Toutefois, tous ces mouvements entre spécialisation intégrale et spécialisation partielle confirment la nature dynamique de la division internationale de la production touristique.

Troisièmement, les tendances sont différentes selon les niveaux de développement économique. On peut remarquer que pour les pays développés, généralement la spécialisation touristique intégrale positive a décliné au profit de la spécialisation touristique partielle. En 1980, la spécialisation touristique partielle représentait 19% des flux touristiques des pays développés contre plus de 30% à la fin de la période d'étude. A l'inverse, la DIPT a une tendance négative pour les pays en voie de développement. Alors qu'en 1980 les flux engendrés par la spécialisation touristique partielle représentaient 35% des flux touristiques de ce groupe de pays, à la fin de la période d'étude, ce taux était inférieur à 18%. Cette tendance inverse entre pays développés et pays en voie de développement peut s'expliquer par le fait que les mouvements de libéralisation dans les services ont surtout été initiés dans les pays développés, ce qui a modifié leurs approches économiques dans la gestion de ces secteurs. De plus, il est aussi plausible que pour les pays en développement, les retombées économiques du tourisme

soient très différentes selon leurs capacités à organiser et à produire le séjour touristique dans son entier ou partiellement.

Ces simples analyses sur deux postes des balances de paiements permettent donc d'indiquer qu'il existe bien une DIPT, qu'elle est dynamique mais que cette dynamique n'est pas la même selon les catégories de pays. Il serait intéressant d'approfondir l'analyse empirique. Par exemple, une approche basée sur la question de la fragmentation de la production touristique (c'est-à-dire sur la quantité de biens intermédiaires importés et utilisés par les segments touristiques présents dans le pays) peut s'envisager mais elle devra reposer sur une étude couplée des comptes nationaux et des comptes satellites du tourisme.

3.4 Nouvelles pistes de recherche

La question de la spécialisation touristique s'avère bien plus complexe que ce que suggèrent les travaux de la littérature, qui se contentent généralement d'étudier la question suivante : « un pays est-il spécialisé dans le tourisme ou non ? ». On a pu s'apercevoir qu'un pays peut se spécialiser dans un segment de production mais pas dans un autre alors que ces segments sont tous des éléments de la production touristique.

Dans le document 5, la spécialisation touristique est étudiée avec des données multilatérales (exportations et importations avec le reste du monde) mais aussi avec des données bilatérales. Les résultats ne sont pas tout à fait les mêmes, ce qui illustre que le travail empirique dans l'étude de la spécialisation touristique internationale doit continuer de manière approfondie.

A la lecture des deux premières sections, on pourrait penser qu'il y a une contradiction dans les approches de recherche puisque la première section montre que les pays peuvent être des récepteurs et des émetteurs de touristes alors que la seconde section est une analyse de la spécialisation touristique, même si réalisée à travers différents segments de la production touristique. En effet, la première section repose sur une approche théorique faisant appel aux nouvelles théories du commerce international alors que la seconde fait appel à un cadre plus traditionnel, un cadre ricardien.

En réalité, ces deux approches ne sont pas en contradiction mais elles sont complémentaires. Ce que suggèrent les résultats de la première section, c'est qu'il existe bien une forme de spécialisation touristique mais elle est complexe. Elle peut par exemple s'opérer selon des gammes de qualité, c'est-à-dire que les pays ne se spécialisent pas dans toutes les gammes de

qualité mais dans une voir plusieurs gammes biens déterminée. Les résultats de la seconde section suggèrent aussi que la spécialisation touristique est un phénomène plus complexe que suggérait la littérature jusqu'à aujourd'hui.

De nouvelles recherches ont été entamées dans le document 7, qui est un travail en cours, afin de mesurer plus en profondeur la spécialisation touristique internationale. Dans ce document, on étudie la spécialisation touristique sur 20 pays de l'Union Européenne entre 2010 et 2013 et on procède à quatre analyses empiriques reposant à chaque fois sur l'utilisation de l'indicateur de contribution au solde commercial, proposé par Lafay. L'apport de ce travail est double. Premièrement, la spécialisation touristique est étudiée au niveau bilatéral. Il s'agit d'un point important car il y a un risque que l'analyse multilatérale conduise à une erreur d'interprétation des résultats. En effet, il est possible qu'un pays ait des avantages comparatifs avec N-1 partenaires commerciaux et un important désavantage comparatif avec un N^{ième} partenaire. L'utilisation de données multilatérales peut amener à une fausse conclusion, à savoir qu'on en conclut que le pays soit en situation de désavantage comparatif. Deuxièmement, comme nous l'avons montré dans la première section, avec les documents 2 et 3, les flux touristiques internationaux comportent une forte proportion de produits différenciés verticalement, c'est-à-dire par leurs niveaux de qualité. Par conséquent, la qualité est introduite en définissant trois segments de marché : basse qualité, qualité moyenne et haute qualité. On s'inspire du travail de Fontagné *et al.* (2008)¹⁸ pour séparer les flux touristiques selon ces trois gammes de qualité. Pour cela, on définit une valeur unitaire à l'exportation touristique, de la même manière que dans les documents 2 et 3, c'est-à-dire qu'on divise les données d'exportations par les nombres de nuitées d'une destination, ventilées selon le pays d'origine des touristes. De plus, cet indice est déflaté par un indicateur de parité de pouvoir d'achat. De cette manière, on calcule ensuite la valeur unitaire à l'exportation touristique relative aux autres valeurs unitaires à l'exportation touristique. Selon si cette valeur relative est supérieure ou inférieure à l'unité, on divise le flux touristique dans les trois gammes de qualité dans des proportions inégalitaires. Chaque part dépend de la valeur relative. Par exemple, si cette valeur est inférieure à l'unité, la part de bas de gamme sera plus importante que la part de haut de gamme. La part de gamme moyenne dépendra de l'éloignement de cette valeur par rapport à un. Si cette valeur est très différente, la part de gamme moyenne sera faible. De cette manière, il n'est pas supposé qu'un flux touristique n'est constitué que d'une seule gamme de qualité. Selon cette valeur unitaire, le flux

¹⁸ Fontagné L., Gaulier G., Zignago S. (2008), « North-South competition in quality », *Economic Policy*, 53(23), 51-92.

touristique se répartit de façon inégale dans les trois gammes de qualités. De nombreuses simulations ont été opérées pour répartir au mieux les flux touristiques afin que l'échantillon comporte les trois gammes de qualité dans des proportions similaires.

Quatre analyses sont opérées dans le document 7. La première est une analyse très agrégée de la spécialisation touristique, sans utiliser de données bilatérales et sans prendre en compte la qualité, c'est-à-dire que c'est une analyse visant à vérifier les résultats de la littérature. La seconde repose sur les calculs d'indicateurs bilatéraux. On montre que tous les pays ayant un avantage comparatif dans le tourisme avec une approche multilatérale se retrouvent aussi dans des situations de désavantages comparatifs dans le tourisme avec des données bilatérales (ex : Espagne, Grèce). Inversement, tous les pays ayant un désavantage comparatif dans le tourisme avec une approche multilatérale peuvent avoir des avantages comparatifs dans le tourisme au niveau bilatéral (ex : Royaume-Uni, Danemark, Suède, Allemagne). La troisième analyse est de nouveau opérée à un niveau multilatéral mais en prenant en compte les trois gammes de qualité. Là aussi, les résultats obtenus sont plus fins. Par exemple, l'Allemagne qui est un pays ayant un important désavantage comparatif dans le tourisme a en réalité un avantage comparatif dans le tourisme de haut de gamme. La France qui est dans la situation inverse, c'est-à-dire qu'elle a un important avantage comparatif dans le tourisme se retrouve avec un désavantage comparatif très net dans le tourisme haut de gamme. La quatrième analyse permet d'utiliser des données bilatérales et de prendre compte les gammes de qualité. On peut voir alors qu'il existe une grande diversité de résultats. Les pays ont des spécialisations touristiques qui s'opèrent dans des gammes de qualité et ces spécialisations dépendent des partenaires commerciaux.

Pour finir, l'objectif à terme avec ce document 7 est de fournir une étude économétrique afin d'estimer les facteurs explicatifs des avantages ou des désavantages comparatifs, au niveau bilatéral et selon les gammes de qualité. Ces estimations seront essentielles justement pour comprendre les résultats de la quatrième analyse, avec des données bilatérales et la prise en compte des gammes de qualité.

4. Les enjeux en termes de développement local

Cette section présente les documents 8, 9 et 10. Les deux derniers documents sont les résultats d'un projet de recherche, intitulé EETR (« Evaluation de l'Economie du Tourisme Régional ») et financé par le conseil régional Nord Pas-de-Calais sous le label des « projets émergents ». Ce projet de recherche m'a permis de recruter un post-doctorant et un ingénieur de recherche,

afin de pouvoir gérer la collecte des données et l'élaboration des bases de données. A l'origine, deux axes de recherche devaient être développés dans ce projet. Le premier a pu aboutir rapidement grâce au travail de l'ingénieur recruté. Il concerne une analyse des prix hédoniques dans le tourisme et le document 10 en est le résultat. Le second axe de recherche devait s'inspirer du travail de Peypoch (2004)¹⁹ sur la comparaison de l'efficacité touristique des régions et des départements français. On souhaitait notamment voir s'il existait un processus de convergence ou d'éloignement en termes d'efficacité productive du tourisme dans les régions françaises. Les résultats n'étant pas probants, il n'a pas été possible de continuer dans cette voie. Cependant, la question de la performance et de l'efficacité touristique a été étudiée grâce à une autre approche dans le projet EETR, celle de la gestion de portefeuille (moyenne-variance), dont les résultats sont présentés dans le document 9.

Cette section permet d'illustrer le changement d'orientation de mes travaux de recherche, après ma thèse. Jusque-là mes travaux avaient uniquement porté sur le tourisme international, avec l'utilisation de méthodes quantitatives et un cadre théorique centré sur le commerce international. Désormais je m'intéresse aussi aux questions de développement local. Plus précisément, je regarde le tourisme avec un angle de microéconomiste appliqué. Cette transition s'est opérée naturellement grâce au projet EETR mais aussi parce que les théories du commerce international reposent en grande partie sur un cadre de microéconomie (notamment avec les modèles de concurrence monopolistiques). Par conséquent, même si je continue de mener des travaux sur le tourisme international, comme l'attestent les deux sections précédentes, je m'intéresse aussi aux interactions du tourisme avec les territoires. Cette seconde approche me permet d'ouvrir mes travaux aux questions de politiques publiques et m'amènent à m'immerger dans la littérature provenant d'autres disciplines. En effet, comme on le verra dans cette section, le document 9 fait appel à des méthodes aussi utilisées en sciences de gestion. Dans le document 10, la problématique étudiée est à la frontière de sujets développés en géographie.

Le poids du tourisme dans un territoire et sa capacité à être un élément de politique publique est au centre des travaux présentés dans cette section. Ma délégation en Polynésie Française permettra à terme de renforcer les travaux dans ce domaine. Cette section est organisée en quatre parties. La première sous-section présente les conséquences du tourisme international sur les destinations. La seconde sous-section présente une nouvelle façon d'optimiser les arrivées touristiques, en considérant les nationalités touristiques comme étant des titres de

¹⁹ Peypoch N. (2004), « Productivité du secteur touristique français : une comparaison interrégionale », *Economie et Prévision*, 177, 64-75

portefeuille. La troisième sous-section présente une analyse des prix des hôtels de la région Nord Pas-de-Calais, en utilisant la méthode des prix hédoniques. La dernière sous-section permet d'établir de nouvelles pistes de recherche.

4.1 Les impacts du tourisme sur les distributions de salaires

Comme il a été signalé dans la première section, le document 1 fut l'occasion, entre autre, de procéder à des revues de littérature sur les modèles en données de panel appliqués au tourisme. Ces modèles ont aussi été très utilisés pour étudier le lien entre tourisme international et croissance économique pour une destination. Il semble bien que le tourisme n'a pas d'effet neutre sur les économies. Mais au-delà de la croissance économique que peut engendrer le développement du secteur du tourisme, il est possible de voir apparaître des effets non désirables pour les destinations. Le document 8 permet d'illustrer ce point.

L'objectif de ce travail est d'estimer l'effet de l'ouverture du commerce international de services touristiques sur les inégalités de salaires. Ce travail s'appuie sur un échantillon de 10 pays développés (Australie, Autriche, Danemark, Finlande, Italie, Japon, Pays-Bas, Espagne, Royaume-Uni et Etats-Unis) pour la période 1980-2005. Les inégalités de salaires sont mesurées grâce aux rapports des salaires moyens dans le secteur du tourisme entre trois catégories de salariés : les salariés respectivement peu qualifiés, moyennement qualifiés et très qualifiés. Les données sur les salaires moyens par décile et par secteur proviennent de la base de données EUKLEMS. Les effets estimés sur le tourisme sont comparés à ceux sur le commerce total, le commerce des biens et le commerce des autres services commerciaux. L'avantage de cette méthode est d'étudier les effets sur les inégalités de salaire directement sur les secteurs étudiés. En effet, de nombreux travaux jusque-là se « contentaient » d'estimer les effets du commerce international sur les inégalités de revenus totaux d'une société. A chaque fois, dans les estimations réalisées dans le document 8, les salaires concernent ceux des secteurs étudiés respectivement en termes d'ouverture internationale commerciale, qui est mesurée par le volume des échanges commerciaux divisé par le PIB. Plusieurs variables de contrôle sont ajoutées dans l'analyse :

- Le niveau d'éducation du pays, mesuré par le niveau moyen d'années d'éducation pour la population âgée de plus de 24 ans.
- Le PIB par tête.

- Le taux d'inflation, qui est supposé relié à la dégradation des salaires les plus bas.
- Des variables de contextes institutionnels et de marché du travail (densité et concentration des syndicats ainsi que le niveau d'interventionnisme du gouvernement dans les salaires).

Après une analyse de la stationnarité temporelle des variables, deux stratégies d'estimation sont employées. La première consiste à mesurer les effets sur le long-terme à l'aide d'un panel cointégré dont l'estimateur est le DOLS (Dynamic Ordinary Least Square). Il ressort de cette étape qu'il existe une relation de long-terme entre commerce touristique international et inégalité de salaires entre individus très qualifiés et peu qualifiés. Cet effet est légèrement plus important pour le commerce international de services commerciaux alors qu'il est beaucoup moins important pour le commerce total et le commerce des biens. Le second résultat important est qu'il existe une relation de long terme négative entre commerce touristique international et inégalités de salaires entre individus très qualifiés et moyennement qualifiés. Pour les autres secteurs, la relation de long-terme est positive. Par conséquent, sur le long-terme, le développement du secteur touristique dans une destination accroît les différences de salaires entre individus très qualifiés et peu qualifiés alors qu'il diminue les écarts de salaires entre individus très qualifiés et moyennement qualifiés. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que le tourisme, relativement aux autres secteurs, nécessite une forte proportion de main d'œuvre non qualifiée.

La seconde phase empirique consiste à estimer un modèle à correction d'erreur. Ce genre de modèle permet d'estimer les variations de court terme s'éloignant de la relation de long-terme estimé précédemment. A court-terme, la seule variable d'ouverture commerciale agissant sur les inégalités est celle sur le tourisme. Par conséquent, à court-terme, on estime que le commerce international n'a aucun effet sur les inégalités sauf pour le secteur du tourisme. Plus précisément, le commerce touristique international accroît à court-terme les inégalités de salaires entre individus très qualifiés et peu qualifiés ainsi qu'entre individus moyennement qualifiés et peu qualifiés. On peut constater que cet effet du tourisme sur les inégalités se fait toujours relativement au détriment des individus les moins qualifiés, donc les plus pauvres. Si cet effet est répété à chaque période, il s'amplifie alors sur le long-terme (pour des raisons techniques, il n'avait pas été possible d'estimer l'effet sur le long-terme entre commerce touristique international et inégalités de salaires entre individus moyennement qualifiés et peu qualifiés).

À la lumière de ces résultats, il apparaît que les principaux facteurs à l'origine de l'inégalité salariale dans le secteur du tourisme sont une forme de tendance (ou d'inertie, au sens où les inégalités se répètent dans le temps et s'amplifient d'elles-mêmes) et l'effet immédiat et à long terme de l'ouverture du commerce touristique. L'impact du commerce international des services touristiques sur les inégalités, comme souligné dans ce document, peut suggérer que les pays développés ont besoin de développer des secteurs de haute technologie (nécessitant une main-d'œuvre hautement qualifiée) pour appuyer le tourisme. Sinon, les inégalités salariales dans le secteur du tourisme pourraient continuer à augmenter dans les années à venir.

4.2 La diversification d'un portefeuille pour une destination

Depuis plusieurs années, la littérature sur les mesures d'efficacité et de performance a pris de plus en plus d'importance en économie du tourisme. A l'origine, ce sont les acteurs sectoriels (les hôtels notamment) qui ont fait l'objet d'analyses de ce type. Il n'existe que quelques travaux qui se sont focalisés sur l'efficacité et la performance touristique des territoires (comme par exemple avec Bosetti *et al.*, 2007 ; Peypoch, 2007, Barros *et al.*, 2011²⁰). Majoritairement, ces travaux sont basés sur une approche de type « DEA » (Data Envelopment Analysis). Cette méthode consiste à estimer la frontière de production optimale des unités de décision étudiées. Cette frontière est produite en comparant les technologies de production (et donc la capacité à produire des outputs avec l'utilisation d'inputs). Bien entendu, pour estimer cette frontière, il faut déterminer en amont une fonction de production, c'est-à-dire identifier les inputs et les outputs. Ce type de méthode non paramétrique a pour principal avantage de ne pas nécessiter de forme fonctionnelle et donc de ne pas dépendre de la spécification de la fonction analysée (à la différence des estimations économétriques).

Dans le document 9, on propose d'étudier l'efficacité et la performance touristique du Nord Pas-de-Calais mais avec une autre approche basée sur l'utilisation d'une fonction de distance directionnelle dans un cadre théorique de moyenne-variance. L'avantage de cette méthode est de pouvoir analyser l'efficacité de l'unité de décision (la région Nord Pas-de-Calais) sans avoir besoin d'un point de comparaison (une autre région). De plus, cette méthode repose sur

²⁰ Bosetti, V., Cassinelli, M. and Lanza, A. (2006), « Benchmarking in tourism destination, keeping in mind the sustainable paradigm », *Nota di Lavoro 12.2006, Fondazione Eni Enrico Mattei*.

Peypoch, N. (2007), « On Measuring Tourism Productivity », *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 12(3), 237-244.

Barros, C.P., Botti, L., Peypoch, N., Robinot, E., Solonandrasana, B. and Assaf, A.G. (2011), « Performance of French destinations: Tourism attraction perspectives », *Tourism Management*, 32(1), 141-146.

l'hypothèse que l'efficacité touristique dépend de la bonne gestion du portefeuille de la destination, ce portefeuille étant composé des nationalités des touristes. De cette manière, on peut identifier les sources d'efficacité ou d'inefficacité selon les marchés étudiés (chaque nationalité représentant un marché différent).

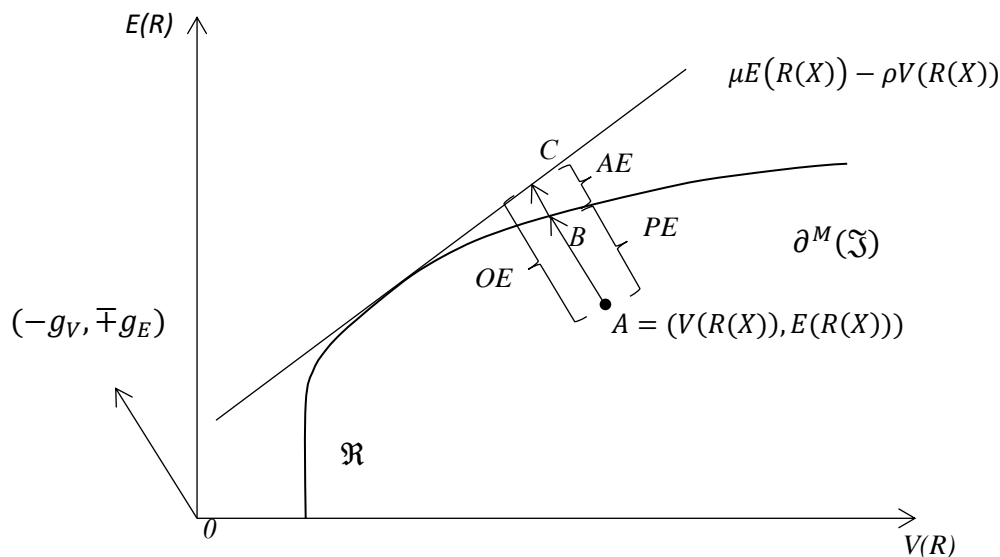
Le tourisme est une activité importante pour l'économie du Nord Pas-de-Calais puisqu'il représente plus de 43 000 emplois. Il s'agit de la 9^{ème} région (sur les 22 « anciennes » régions) en termes d'activité touristique en France. Si les Britanniques sont le premier marché étranger pour la région, les autorités locales souhaitent attirer d'autres nationalités avec le centenaire de la Première Guerre Mondiale (les soldats canadiens, américains et australiens étaient présents dans cette région aussi bien que les travailleurs chinois) et le 70^{ème} anniversaire de la fin de la Seconde Guerre Mondiale. La localisation géographique de la région Nord Pas-de-Calais peut également fournir un autre avantage si elle est bien exploitée. En effet, la région est au « carrefour de l'Europe » car elle est proche de quatre grandes capitales européennes : Paris, Bruxelles, Londres et Amsterdam. Une destination viable et durable doit essayer de maximiser les recettes dues aux dépenses des touristes provenant d'origines différentes et de minimiser les instabilités de revenus en diversifiant sa mixité de marché. L'efficacité selon l'origine des touristes est une question fondamentale pour comprendre la composition et les caractéristiques de l'industrie touristique locale. Afin de répondre à cette question, l'évaluation de la performance (en termes d'augmentation possible des revenus et / ou de contraction du risque possible) du tourisme entrant peut s'avérer précieuse. En donnant des indicateurs d'efficacité précis, il est alors possible de fournir une aide à la décision au décideur public.

Le document 9 contient deux contributions pour la littérature de l'économie du tourisme. Premièrement, Botti et al. (2009) ainsi que Ratsimbanierana et al. (2013)²¹ avaient déjà utilisé ce cadre de moyenne-variance pour mesurer l'efficacité des destinations touristiques. Cependant, nous ajoutons dans le cadre théorique la prise en compte de la fonction d'utilité de l'unité de décision. De cette manière, il est possible d'identifier les sources d'inefficacité. Plus précisément, on peut mesurer l'inefficacité dans l'allocation des ressources productives. Deuxièmement, les résultats obtenus sont utilisés pour proposer des pistes de stratégies afin de réduire la volatilité des recettes touristiques.

²¹ Botti, L., Peypoch, N., Robinot, E., & Solonandrasana, B. (2009), «Tourism destination competitiveness: the French regions case », *European Journal of Tourism Research*, 2, 5-24.
Ratsimbanierana, H., Sbai, S., & Stenger, A. (2013). Moroccan tourist portfolio efficiency with the mean-variance approach », *European Journal of Tourism Research*, 6(2), 122-131.

Le principe de la modélisation est double. Pour commencer, on suppose que la fonction d'utilité de la destination est composée d'un objectif de maximisation de la moyenne des recettes touristiques par nationalité et de minimisation de la variance de ces recettes. Il est alors possible de repérer les situations de benchmark, c'est-à-dire les situations de référence dans le sens où la combinaison de maximisation de la moyenne et de minimisation de la variance est optimale. Grâce aux situations optimales, il est possible de tracer une frontière d'efficacité, dite frontière de Markowitz. Les situations situées en dessous de cette frontière sont considérées comme inefficaces dans le sens où la destination peut atteindre un meilleur résultat compte tenu de ses autres performances. Le second principe de modélisation provient justement de la mesure de l'inefficience. Botti et al. (2009) ainsi que Ratsimbanierana et al. (2013) qui avaient déjà utilisé ce cadre théorique ne mesuraient que l'inefficacité technique. Il est possible de comprendre ce problème grâce à la figure 4.1.

Figure 4.1 : Fonction d'utilité Markowitz, fonction de distance directionnelle et décomposition de l'inefficience



La courbe de cette figure représente la frontière d'efficacité résultant de la fonction d'utilité optimale. Le point A est combinaison non optimale. La distance entre ce point et la courbe représente l'inefficacité technique et c'est ce qui a été estimée par Botti et al. (2009) ainsi que Ratsimbanierana et al. (2013). Cependant, il est possible pour l'unité de décision d'aller au-delà de la fonction d'utilité optimale. En effet, même si l'entité est efficace techniquement, il est possible qu'elle ne soit pas efficace en termes d'allocation des ressources. La situation de

l'efficience allocative se repère grâce à la droite tangente à la frontière de Markowitz. Par conséquent, l'inefficacité de l'unité se décompose en deux parties. La première se mesure par la distance entre les points A et B de la figure et représente l'inefficacité technique. La seconde se mesure par la distance entre les points B et C et représente l'inefficacité allocative.

Le travail empirique d'application au Nord Pas-de-Calais permet de décomposer l'inefficacité de gestion de portefeuille des provenances de touristes à travers ces deux composantes que sont l'inefficacité technique et l'inefficacité allocative. De plus trois scénarios de modélisation sont simulés. Premièrement, on ne regarde la fonction d'utilité qu'avec un programme de maximisation de la moyenne. Deuxièmement, on ne regarde la fonction d'utilité qu'avec un programme de minimisation de la variance. Troisièmement, on combine ces deux programmes grâce à une fonction directionnelle en utilisant les paramètres recommandés par Morey et Morey (1999) et Briec et al. (2004)²².

Pour s'approcher au mieux des théories traditionnelles en gestion de portefeuille, il apparaît important de raisonner en termes de recettes touristiques, plutôt qu'en termes d'arrivées touristiques. Cependant, dans notre cas, les données fournies par l'INSEE ne comportent que les arrivées et les nombres de nuitées selon la provenance de touristes. Quinze provenances de touristes sont prises en compte par l'INSEE : Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni, Suisse, autre pays d'Europe, Etats-Unis, autre pays d'Amérique, Japon, Chine, autre pays d'Asie, Moyen-Orient et pays d'Afrique. Toutefois, nous avons deux informations supplémentaires. Premièrement, les données de nuitées étaient aussi ventilées selon les catégories d'hôtels (hôtels non classés et hôtels classés de 1 étoile à 5 étoiles). De plus, nous connaissons les prix moyens des hôtels selon leurs catégories. De cette manière, les recettes touristiques par nationalité sont approchées par la combinaison des nuitées par catégories d'hôtel et par nationalité avec les prix moyens par catégories d'hôtels. Le risque (variance) et l'espérance (moyenne) des recettes touristiques de la région Nord Pas de Calais ont été calculés grâce à des données mensuelles pour la période 2006 à 2012. Nous avons donc 84 observations par provenance des touristes, soit 1260 observations.

Les résultats fournissent les recettes touristiques moyennes espérées par nationalité de touristes et le risque associé, selon les 3 modèles (maximisation de l'espérance, minimisation de la

²² Morey, M. R., & Morey, R. C. (1999), «Mutual fund performance appraisals: a multihorizon perspective with endogenous benchmarking», *Omega*, 27, 241-258.

Briec, W., Kerstens, K., & Lesourd, J. B. (2004), « Single period Markowitz portfolio selection, performance gauging and duality: a variation on the Luenberger shortage function », *Journal of Optimization Theory and Applications*, 120(1), 1-27.

variance, combinaison des deux). Par exemple, selon notre premier modèle, les dépenses des touristes belges peuvent augmenter de 24,52% avec le même niveau de risque. Ou encore, selon le second modèle, le niveau de risque, donc le niveau de volatilité moyen, des dépenses des touristes belges peut diminuer de 22,90% avec le même niveau de recettes espérées que le niveau constaté. Enfin selon le troisième modèle, le Nord Pas-de-Calais peut espérer une augmentation des recettes touristiques provenant des belges et une diminution de la volatilité de ces recettes d'environ 9,40%.

Selon nos modèles, le Royaume-Uni est l'origine la plus efficace et constitue donc le benchmark des origines pour le tourisme international de la région Nord Pas-de-Calais. Ce résultat peut s'expliquer par la localisation géographique de la région, notamment avec la mise en place de l'Eurostar et du Tunnel sous la Manche. Les liens historiques et culturels entre le Nord Pas-de-Calais et le Royaume-Uni permettent aussi de compléter l'explication. La seconde origine la plus efficace est la Belgique. Là encore, il est possible d'expliquer ce résultat par la proximité géographique, culturelle et historique. Les bonnes performances relatives sont ensuite celles des touristes espagnols et italiens qui peuvent s'expliquer par l'histoire des migrants de ces pays qui se sont installés dans la région durant le 19^{ème} et le 20^{ème} siècle. A l'inverse, les résultats pour les touristes américains, chinois et japonais peuvent très nettement s'améliorer. Ces touristes considèrent juste la région comme un transit entre Paris, Bruxelles, le Luxembourg ou Amsterdam et ils n'ont que peu d'informations sur la destination du Nord Pas-de-Calais. Par conséquent, les politiques publiques, dites « tourisme de mémoire », visant à attirer les touristes américains, canadiens et chinois en vus du centenaire de la Première Guerre Mondiale pourraient aider à améliorer grandement la performance touristique de la région puisqu'il existe un important potentiel de recettes touristiques supplémentaires (durant la guerre, en plus des soldats anglo-saxons, de nombreux ouvriers chinois sont venus travailler dans les usines de la région étant donné le manque de main d'œuvre à l'époque).

Le deuxième résultat important mis en évidence dans ce travail est que nous estimons que la région peut accroître son efficacité touristique en moyenne d'environ 86,5%. Ce résultat se décompose de la manière suivante : l'efficacité technique peut augmenter de 31% et l'efficacité allocative peut augmenter de 55,5%. D'ailleurs la région n'est efficiente, au sens de l'efficacité allocative, pour aucune origine. Ce résultat signifie qu'en plus de l'augmentation possible de la moyenne des recettes touristiques et de la possible contraction de volatilité de ces recettes, la région peut progresser dans une meilleure allocation de ses ressources, en termes de combinaison de rendement et de risque pour ces origines de touristes. Ce résultat est d'ailleurs

robuste à plusieurs simulations de changements de paramètres dans la fonction de distance bidirectionnelle. La principale source d'inefficacité est donc une inefficacité allocative. Par conséquent, en termes de politiques marketing et stratégiques, la région Nord Pas-de-Calais aurait tout intérêt à trouver une meilleure combinaison de rendement/risque et d'accentuer ses efforts sur les marchés américains, chinois et japonais. De nouvelles sources de recettes touristiques pour la région sont possibles compte tenu de ses dotations touristiques (Braderie de Lille, Louvre-Lens, Piscine de Roubaix, Nausicaà, Mémorial d'Helfault, etc.).

Pour terminer, il est possible de voir le rapprochement de ce travail, relevant de la microéconomie appliquée voir des théories de sciences de gestion, avec ceux présentés notamment dans la première section. En effet ces précédents travaux ont une tout autre approche, basée sur les nouvelles théories du commerce international. Cependant, ces analyses sont parfaitement complémentaires et il existe des similitudes dans les problématiques, notamment avec l'utilisation de données de recettes touristiques bilatérales. Le fait d'étudier la performance touristique sous un critère de diversification de portefeuille selon l'origine des touristes revient à se poser une question similaire à celle de la demande touristique ventilée selon la provenance géographique des touristes. La croissance touristique d'une destination, que ce soit à l'échelle d'un pays ou à l'échelle d'une région, dépend d'une bonne connaissance de sa clientèle. Les demandes touristiques ne sont pas les mêmes selon le lieu de provenance des touristes. Par conséquent, il est possible à termes de combiner une analyse bilatérale de type gravitaire pour une destination avec une analyse de type gestion de portefeuille comme celle réalisée dans le document 9. Ces deux analyses complémentaires permettraient de mieux cerner le potentiel de performances supplémentaires mais aussi d'en connaître les raisons.

4.3 Quels effets des dotations naturelles, historiques et culturelles sur l'attractivité d'une destination ?

Cette sous-section est consacrée au document 10. Il s'agit d'une analyse des prix hédoniques basée sur les hôtels de la région Nord Pas-de-Calais. L'objectif de ce travail est d'estimer l'effet de la présence de biens publics répulsifs dans une destination (ou « publics bads ») sur l'attractivité touristique de cette destination. Pour cela, on évalue l'effet de l'héritage industriel sur les prix des hôtels. La région Nord Pas-de-Calais est un cas d'étude idéal pour cette problématique. En effet, durant le XIX^{ème} siècle, la Révolution Industrielle fut un moteur déterminant de la croissance économique de la région. A partir de cette période, les secteurs de l'acier, du textile et des mines (charbon) ont nécessité une importante quantité de main d'œuvre

et de nombreux terrains de productions. Le passé industriel de la région est parfaitement visible avec la présence d'éléments tels que les anciens habitats du bassin minier, les anciens puits d'extraction, les terrils (visibles à des dizaines de kilomètres à la ronde étant donné qu'il s'agit d'une région avec très peu de vallonnements), les friches industrielles et les ports industriels toujours en activité. Cette présence du passé minier et industriel a pour conséquence qu'une forte partie des sols est polluée (12 414km²) et qu'il existe toujours 74 sites industriels classés « Seveso ». De plus la difficile reconversion économique de la région suite au déclin de ces secteurs dans les années 1960-1970 est à l'origine d'une forte pauvreté et d'un important taux de chômage (2,5 point de plus que la moyenne métropolitaine). Ce passé minier et industriel est aussi responsable de nombreux stéréotypes dégradant l'image de la région. Alors que la Région Nord Pas-de-Calais bénéficie d'importantes dotations historiques et culturelles (la citadelle lilloise de Vauban, les batailles de Bouvines et d'Azincourt, les mémoriaux et cimetières des deux guerres mondiales, les Beffrois, etc.) pouvant servir d'éléments d'attraction touristique, il est aussi évident que ce passé joue un effet répulsif sur la destination. Malgré la 9^{ème} place de la région (parmi les 22 anciennes régions administratives françaises) en termes d'activité touristique, le potentiel touristique de la région semble encore sous-exploité. En effet, dans un rayon de 300km autour de Lille, la région détient un potentiel de clientèle touristique de 100 millions de personnes et chaque année elle ne reçoit qu'environ 4 millions de touristes. L'une des raisons de cette sous-performance peut-être justement la présence répulsive de ce passé.

Jusque-là, les travaux réalisés sur les prix hédoniques en économie du tourisme se focalisaient sur les éléments pouvant valoriser les prix. La méthode des prix hédoniques repose sur le modèle de Rosen (1974)²³ qui, dans une approche à la Lancaster, suppose que le prix d'un bien est le résultat d'une agrégation de prix implicites attribués aux caractéristiques incorporées à ce bien. Ce modèle fut très utilisé en économie urbaine et en économie géographique afin d'estimer les déterminants des prix des logements. En économie du tourisme, les prix estimés sont très souvent ceux des hôtels. On suppose dans le modèle Rosen (1974) que les prix implicites de chaque caractéristique sont les résultats d'équilibres de marché faisant intervenir des forces d'offre et de demande propres à chaque caractéristique. On suppose donc qu'il existe des marchés implicites pour chaque caractéristique. L'avantage de cette méthode est donc ne pas mesurer simplement les effets positifs ou négatifs en termes d'élasticité prix mais de fournir

²³ Rosen, S. (1974), «Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition», *Journal of Political Economy*, 82(1), 34-55.

une information précise sur ces prix dits implicites, ce qui permet de fournir des éléments de politiques économiques et publiques très précises. A l'origine, les premiers travaux basés sur la méthode des prix hédoniques et appliqués aux hôtels se sont focalisés sur les caractéristiques intrinsèques des hôtels (voir par exemple Papatheodorou, 2002 ; Thrane, 2005²⁴) comme la superficie des chambres, la présence d'un bain plutôt que d'une douche, etc. Par la suite, Rigall-I-Torrent et Fluvià (2007, 2011) et Fluvià et al. (2013)²⁵ ont apporté une contribution substantielle à la littérature en intégrant dans la modélisation théorique et dans l'application économétrique, la présence d'attributs publics. Plus précisément, ils ont étudié l'effet de la localisation des hôtels dans des communes particulières localisées en Espagne. De cette manière, avec cet apport, on suppose que les prix des hôtels ne sont pas simplement le résultat de la présence de caractéristiques propres à l'hôtel mais aussi des caractéristiques extérieures à l'hôtel. Ces caractéristiques extérieures peuvent être considérées comme des aménités environnementales ou bien des biens publics. En effet, l'objectif de Rigall-I-Torrent et Fluvià est de montrer qu'il existe un lien entre les dépenses touristiques des municipalités et les prix des hôtels. Plus les dépenses municipales sont élevées, dans un objectif d'attractivité touristique de la commune, plus les prix des hôtels sont valorisés. Notre premier apport avec le document 10 est de compléter cette approche en prenant en compte les éléments de l'environnement dans lequel est localisé l'hôtel pouvant jouer négativement sur les prix. Ces éléments négatifs et extérieurs aux hôtels peuvent être interprétés comme des biens publics « répulsifs » dans le sens où tout le monde subit la présence de ce bien, il n'y a pas d'exclusivité ou de rivalité entre les agents afin de diminuer le coût de cette présence. Le deuxième apport de ce travail est d'utiliser des données de géolocalisation comme il est courant de le faire dans la littérature de l'économie urbaine ou de l'économie géographique. En effet Rigall-I-Torrent et Fluvià (2007, 2011) et Fluvià et al. (2013) ont pu se contenter d'utiliser des variables muettes afin d'identifier les communes. Dans notre cas, puisque nous utilisons les informations de géolocalisation des hôtels et des éléments environnants, nous pouvons estimer l'effet de l'aménité environnementale sur le prix de l'hôtel à plusieurs seuils de distances différents, ou du moins de détecter la distance géographique significative entre l'hôtel et l'aménité environnementale.

²⁴ Papatheodorou, A. (2002), «Exploring competitiveness in Mediterranean resorts», *Tourism Economics*, 8(2), 133-150.

Thrane, C. (2005), «Hedonic price models and sun-and-beach package tours: the Norwegian case», *Journal of Travel Research*, 43(3), 302-308.

²⁵ Rigall-I-Torrent, R., et Fluvià, M. (2007), «Managing tourism products and destinations embedding public good components: a hedonic approach», *Tourism Management*, 32(2), 244-255.

Rigall-I-Torrent, R., Fluvià, M., Ballester, R., Saló, A., Ariza, E., and Espinet, J.-M. (2011). «The effects of beach characteristics and location with respect to hotel prices», *Tourism Management*, 32(5), 1150-1158.

Dans ce travail, nous proposons un cadre théorique très proche de celui de Rigall-I-Torrent et Fluvià (2007). Nous supposons que le prix d'un hôtel est le résultat d'équilibres de marchés implicites pour quatre catégories de caractéristiques : les caractéristiques intrinsèques de l'hôtel, les caractéristiques d'externalité de réseau, les caractéristiques publiques attractives et les caractéristiques publiques répulsives.

Pour réaliser à bien l'analyse économétrique, il a fallu constituer une base de données grâce à des sources différentes. En premier lieu, nous disposons, grâce au partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Nord Pas-de-Calais (CRT NPDC) d'une base de données sur les hôtels de la région. Sur les 414 hôtels recensés de la région, nous connaissons les prix et les caractéristiques intrinsèques (ainsi que la géolocalisation) de 337 hôtels. Toutefois, notamment pour les informations sur les prix, il a souvent fallu compléter ces informations par de nombreuses enquêtes téléphoniques. Grâce à ce travail, nous connaissons le prix minimal et le prix maximal appliqués à la chambre standard (qu'on interprétera comme étant les prix de haute-saison et les prix de basse saison). Le fait d'utiliser les prix affichés et non pas les prix pratiqués est une méthode courante dans la littérature en économie du tourisme. Les prix pratiqués sont aussi le résultat du yield management, des réductions de dernières minutes, etc. Les prix affichés peuvent être interprétés comme étant le reflet du prix espéré par les touristes. Dans notre base, pour tous les hôtels, nous avons près de 40 variables de caractéristiques intrinsèques aux hôtels. Nous avons ajouté à ces informations 16 variables de biens publics (réseau, attractif ou répulsif) grâce à des informations fournies par l'INSEE et la plateforme d'analyse spatiale SIGALE. Avec cette importante base de données, il a fallu opérer un tri et ne retenir que les variables les plus pertinentes, notamment afin d'éviter d'introduire des problèmes de multicolinéarité et d'avoir un modèle économétrique exploitable. Après concertation avec les experts de la région et les professionnels de l'hôtellerie régionale mais aussi après un travail de statistique exploratoire conséquent, nous avons retenu les variables indépendantes suivantes.

- *Catégorie attributs privés :*

→ Le classement de l'hôtel en termes d'étoiles. Ce classement officiel permet de refléter le niveau de prestation, en termes de qualité, de l'hôtel. Même s'il est possible de craindre que ce classement soit endogène, nous avons retenu cette variable étant donné qu'il s'agissait d'un indicateur synthétique. Le classement dépend de nombreuses caractéristiques privées (surface de la chambre, qualité des aménités de la chambre, présence d'une télévision, accès WIFI, types de petit-déjeuner, etc.) Par conséquent, l'utilisation de cet indicateur réduit grandement le risque

le multicolinéarité et permet de se focaliser sur les autres attributs. Cette variable fut introduite sous forme de variable muette selon les catégories des hôtels.

→ Présence d'un bar, d'un golf et de l'air conditionnée. Il s'agit de trois caractéristiques intrinsèques qui semblent assez peu reliées au classement de l'hôtel mais pouvant jouer un rôle sur les prix.

- Catégorie attributs publics de réseau

→ Membre d'un 'club hôtelier'. Cette variable muette indique si l'hôtel est impliqué dans un partenariat entre hôtels afin de partager la clientèle, la communication, les services de locations de véhicule, etc.

→ Distance à un centre commercial de plus de 10 000 m².

→ Densité d'emploi de la ville dans lequel est localisé l'hôtel. Cette variable est calculée en divisant le nombre d'emplois par la superficie de la ville. L'activité économique d'une zone est supposée rendre les hôtels de la ville plus attractifs puisque ces villes disposent alors de plus d'infrastructures permettant de développer l'activité touristique et de favoriser notamment le « tourisme d'affaire ». Trois types de zones sont distingués : les zones avec plus de 4000 emplois par km², les zones avec 1000 à 4000 emplois au km² et les zones avec moins de 1000 emplois au km².

- Catégories attributs publics attractifs

→ Distance de l'hôtel à une plage.

→ Distance de l'hôtel à un site touristique important. Nous avons choisi pour cette variable de prendre la distance de l'hôtel aux 20 attractions touristiques les plus visitées de la région.

- Catégorie attributs publics répulsifs

→ Distance aux terrils.

→ Distance aux friches industrielles

→ Distance au port industriel de Dunkerque (3^{ème} port industriel français)

Pour les variables de distances, nous avons calculé en amont les distances optimales, c'est-à-dire celles où la significativité statistique de l'effet sur les prix est la plus forte : 10 kilomètres pour le port de Dunkerque, 1 kilomètre pour les friches industrielles, 5 kilomètres pour les

terrils, 200 mètres pour les plages, 1 kilomètre pour les 20 sites touristiques les plus visités et 500 mètres pour les centres commerciaux.

Pour la spécification du modèle, le plus simple et le plus courant est d'utiliser une fonction log-linéaire afin de pouvoir mesurer les élasticités. En amont, nous avons utilisé une transformation Box-Cox pour nous assurer qu'il s'agissait bien de la spécification économétrique adéquate. De plus, comme nous utilisons des données spatiales, nous avons dû tester la présence éventuelle d'une forme d'autocorrélation spatiale. Nos tests ont confirmé cette présence, ce qui signifie que les prix des hôtels sont aussi dus à une forme de corrélation des prix des hôtels proches géographiquement. Ce résultat n'est pas surprenant car il indique que la concurrence entre les hôtels a un effet sur les prix. Par conséquent, nous avons choisi une spécification prenant en compte cette autocorrélation spatiale par l'ajout d'une matrice pondérée par les distances euclidiennes des hôtels avec un estimateur basé sur la maximisation de la vraisemblance. Puis tous nos résultats ont été transformé afin d'avoir les prix implicites de tous les attributs testés.

En moyenne, le tarif d'une chambre standard d'un hôtel non classé ou « 1 étoile » localisé dans une zone avec une densité d'emploi supérieure à 4000 emplois par km² est de 61,25€ en haute saison et de 46,29€ en basse saison. Les effets estimés pour les attributs privés sont bien conformes à nos hypothèses. Par exemple, si l'hôtel est classé « 2 étoiles », cela lui permet d'augmenter en moyenne ses prix de 24,12€ en haute saison et de 16,57€ en basse saison. De même, les trois autres variables (bar, golf, climatisation) ont un effet très net sur les prix, que ce soit en haute ou en basse saison.

Pour les variables de réseau, il existe un léger effet positif en haute saison pour la variable « club hôtelier » (environ 5,43€), ce qui peut s'expliquer par le fait qu'un hôtel ne pouvant pas accepter de réservation, faute de place disponible, va suggérer aux clients qu'il ne peut pas accueillir un hôtel appartenant au même club hôtelier que lui. Pour la densité d'emploi, les prix diminuent en moyenne de 16€ en haute saison et de 6€ en basse saison si l'hôtel est localisé dans une zone avec moins de 4000 emplois par km².

Nos estimations indiquent aussi que la localisation d'un hôtel à proximité d'un bien public attractif, lui permet d'augmenter significativement ses prix. Un hôtel situé à moins de 200 mètres d'une plage augmente ses prix de 18€ en moyenne par rapport aux autres hôtels pour la haute saison. Aucun effet significatif n'est détecté pour la basse saison. Etre localisé près d'une attraction touristique importante permet aussi à l'hôtel de pratiquer en moyenne des prix plus élevés que ce soit en haute saison qu'en basse saison.

Nos résultats permettent aussi de mettre en évidence l'effet averse sur les prix de la présence des biens publics répulsifs. Premièrement, la présence d'un terril a un effet négatif sur les prix des hôtels à proximité de ces terrils, évalué à 4,38€ pour la haute saison (et nul pour la basse saison). Les hôtels localisés à moins d'un kilomètre d'une friche industrielle pratiquent en moyenne des prix plus bas : -4,00€ en haute saison et -2,46€ en basse saison. Enfin, en haute saison, la proximité du port de Dunkerque a un effet négatif très net en haute saison (-7,84€) et nul en basse saison. Par conséquent, les touristes attribuent donc bien une valeur marginale négative au passé et au présent industriel de la région, ce qui suggère une dégradation de l'attractivité touristique de la région en raison de ces éléments.

Cependant, on peut remarquer que l'effet négatif d'un bien public répulsif sur les prix des hôtels avoisinants peut être compensé en partie par la présence de bien publics attractifs. En effet, selon nos résultats l'effet de la présence d'un terril en haute saison engendre en moyenne une baisse de 7,7% des prix alors que la présence d'une attraction touristique, toujours en haute saison permet à l'hôtel d'augmenter ses prix en moyenne de 6,9%. L'insatisfaction causée aux consommateurs par l'un de ces «bads publics» hérités pourrait bien être compensée par la satisfaction apportée par une nouvelle ressource touristique exploitée. Ce résultat conduit à une conclusion intéressante et en particulier pour les directeurs d'hôtels et les décideurs du secteur public en charge de la destination. Il suggère que les pouvoirs publics disposent d'une marge de manœuvre pour compenser les dommages causés à l'attractivité de la région par son héritage industriel. Il justifie les initiatives locales de régénération du type de l'ouverture à Lens, une ancienne ville charbonnière, d'une antenne satellite du musée du Louvre (musée d'art du Louvre Lens) en 2012 sur une ancienne mine entourée de terrils et de villages miniers. Ce projet a été explicitement perçu par les autorités comme un outil de revitalisation et de modernisation de l'image de la région, à l'instar de la Tate de Liverpool, du musée Guggenheim de Bilbao et du musée Pompidou-Metz de Metz. Nos résultats confortent la pertinence de ce type de politique, au moins pour la région Nord Pas-de-Calais, et plus généralement pour toute politique liée à une stratégie de lutte contre les «publics bads» hérités avec la création de nouveaux attributs publics attractifs ou l'amélioration des attributs existants. À cet égard, la transformation des nombreux héritages historiques et industriels de la région Nord Pas-de-Calais en ressources touristiques diverses (tourisme patrimonial, tourisme mémoriel, tourisme historique, tourisme de guerre, tourisme du patrimoine industriel) se révèle comme une bonne solution (voir les exemples du musée de La Piscine de Roubaix, du site minier de Wallers-Arenberg, de la station de ski sur le terril de Noeux-les-Mines, du centre historique minier de Lewarde, des sentiers du

Souvenir de la Grande Guerre, du site de lancement de fusées V2 à Helfaut, etc.). La labellisation et la certification des sites semblent être un outil puissant pour une telle stratégie car ils peuvent fournir un attrait culturel aux sites hérités méprisés, aidant à effacer la perception habituelle de leurs caractéristiques supposées ou réelles désagréables. L'inscription en 2012 des mines de la région Nord-Pas de Calais à la liste des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO comme «un paysage vivant et changeant» s'inscrit dans cette catégorie. La labellisation et la certification des sites peuvent également donner plus de visibilité aux ressources touristiques existantes, contribuant d'une autre manière à contrer les biens publics répulsifs. Par exemple, la ville de Dunkerque, dont le port industriel a eu un effet négatif sur les tarifs hôteliers, a bénéficié, en termes de fréquentation touristique, de l'inclusion de son clocher (Beffroi de Saint-Eloi) dans les 23 beffrois des régions Nord Pas-de-Calais et Picardie qui ont été ajoutées en 2005 à la liste des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Même s'il faut admettre que cette méthode empirique comporte plusieurs limites (estimation statique, base de données contenant des hôtels comme seuls types d'hébergements touristiques, non prise en compte des effets du yield management), il lui faut reconnaître des avantages indéniables. En effet, les résultats sont directement et facilement interprétables. Par conséquent, il est possible de fournir des éléments essentiels et quantifiables aux hôteliers et aux décideurs publics en charge de l'attractivité touristique d'une destination. Il est tout à fait possible, avec cette méthode économétrique, d'aborder beaucoup d'autres problématiques. Par exemple, quel est l'effet pour les hôtels situés dans des zones urbaines denses, d'être localisé à proximité des transports en commun ou des voies d'accessibilité aux autoroutes ou périphériques ? Ou encore, il est possible d'évaluer l'effet, en termes de prix et d'attractivité touristique, des politiques visant à protéger ou à rénover la qualité environnementale environnante. Toutefois, même si cette méthode permet d'envisager l'exploration de nouvelles et nombreuses problématiques, il faut reconnaître qu'il s'agit d'une méthode nécessitant un important investissement en termes d'acquisition des données, ce qui peut constituer une autre limite à son utilisation.

4.4 Nouvelles pistes de recherche

Cette section a permis de mettre en évidence le basculement en termes de problématiques de recherche de mes travaux, avec une approche de microéconomie-appliquée comme l'attestent les documents 9 et 10. On peut aussi remarquer que ces approches sont aussi utilisées par d'autres disciplines scientifiques, notamment les sciences de gestion (document 9) et la géographie (document 10). De cette manière, les résultats de ces travaux permettent de fournir

des éléments d'aide à la décision publique. Comme ces éléments ont une dimension de pluridisciplinarité, ils sont plus facilement compréhensibles par les décideurs publics. Ce nouvel axe de recherche prendra de l'ampleur à l'avenir dans mes travaux. En effet, avec ma délégation en Polynésie Française, il est possible d'envisager de nouvelles problématiques en faisant appel aux analyses d'efficacité et de performance de la destination mais aussi aux méthodes des prix hédoniques. Les caractéristiques et les enjeux du tourisme de la Polynésie Française sont très différents de ceux de la région Nord Pas-de-Calais. Par conséquent, une étude préliminaire sur la question de l'adaptabilité de ces méthodes au cas de la Polynésie Française devra être menée. Elle permettra de renforcer la robustesse de cette méthodologie.

Pour terminer, en dehors de ces méthodes, la question de l'enjeu du tourisme sur le développement local d'une destination sera abordée à travers d'autres projets de recherche. Pour cela, le cas de la Polynésie Française est très intéressant car il s'agit d'une petite économie avec des caractéristiques proches d'un cas théorique. Par exemple, l'arrivée de deux nouvelles compagnies aériennes sur le trajet Paris-Papeete (French Bee et United Airlines), alors qu'on était en situation de duopole (Air Tahiti Nui et Air France) ouvre une perspective de recherche en économie très intéressante. En effet, dans le débat public, les premières réactions ont été positives à ces arrivées puisqu'on peut s'attendre à une nette baisse des prix sur ce trajet. Cependant, étant donné les offres d'hébergement et de transport aérien inter-iles qui sont constantes, on peut s'attendre à ce que si la demande touristique en Polynésie Française augmente, alors les prix augmentent pour ces deux secteurs. Autrement dit, il n'est pas sûr que le prix global d'un séjour en Polynésie Française subisse une baisse conséquente. De plus, un autre problème peut se poser, inhérent à la place d'Air Tahiti Nui dans le modèle économique du tourisme en Polynésie Française. La littérature en économie du tourisme a depuis longtemps évalué les enjeux pour les petites économies et les économies en développement de pouvoir « maîtriser » sur la commercialisation de ses propres séjours touristiques et sur le transport international des visiteurs. Selon Sinclair (1991), seuls 38 % des dépenses d'un touriste britannique étaient captées par l'économie kenyane lorsqu'il voyageait avec une compagnie aérienne étrangère. Cette part montait à 66 % si ce touriste choisissait, en plus d'un séjour à la plage, un safari à l'intérieur du pays en utilisant la Kenyan Airways pour son déplacement interne, et à 80 % s'il utilisait en plus la compagnie nationale pour son voyage international. Ce résultat peut s'analyser aussi en parallèle avec ceux de la division internationale de la production touristique, présentés dans la section 3. En effet, on pouvait repérer que les pays en développement avaient de plus en plus tendance à se spécialiser dans tous les segments de la

production touristique, certainement afin de mieux « maîtriser » les retombées économiques. La volonté politique locale, en Polynésie Française, avec la création d’Air Tahiti Nui était de stabiliser et de maîtriser les retombées économiques du tourisme, en assurant des liaisons aériennes parfois non-rentables. La compagnie, créée en 1996, ne fait du bénéfice que depuis 2012. Par conséquent, il sera intéressant d’observer comment évoluera la rentabilité économique de cette compagnie avec cette nouvelle concurrence ainsi que l’évolution des retombées économiques pour le territoire.

5. Conclusion

Mes travaux de recherche illustrent selon moi qu’il faut souvent innover dans les approches quantitatives pour étudier l’économie du tourisme tout en s’appuyant sur des cadres théoriques très précis (modèles de Rosen, de Falvey et Kierzkowski, Deardorff, modèle gravitaire, etc.). Plusieurs exemples illustrent ce propos : la création d’une variable pour mesurer les préférences culturelles des touristes, la mise en place d’une méthodologie pour mesurer la gamme de qualité derrière les valeurs d’un flux touristique, la création d’une base données avec les informations de géolocalisation pour tester les effets des aménités environnementales sur l’attractivité touristique d’une destination, l’utilisation des techniques de gestion de portefeuille pour mesurer l’efficacité et la performance touristique d’une destination, etc. L’objectif avec l’utilisation des méthodes quantitatives en économie du tourisme est de fournir une certaine précision dans ces résultats. Par exemple, la méthode des prix hédoniques permet de fournir un prix à chacune des caractéristiques testées ; la méthode de gestion de portefeuille permet de mesurer l’espérance et le risque à optimiser pour une destination. Comme je l’ai souligné en introduction, étudier l’économie du tourisme permet justement d’explorer de nouvelles et nombreuses problématiques de recherche et surtout d’être dans une position « d’éternel étudiant » en continuant d’apprendre.

Au cours de ces dernières années, mon domaine de recherche, qui concernait l’économie du tourisme international, s’est aussi ouvert à des problématiques de microéconomie du tourisme appliquée. Ce changement, outre dans l’approche et dans le cadre théorique, s’est accompagné de deux autres évolutions. Tout d’abord, le fait d’étudier le tourisme et d’autant plus à une échelle territoriale m’oblige et me permet d’envisager des travaux pluridisciplinaires ou du moins à la croisée avec d’autres disciplines. De plus, mon approche d’économiste se voulait positive au départ alors qu’elle devient de plus en plus normative. Plus précisément, on peut

constater que dans mes premiers travaux, mes problématiques de recherche étaient essentiellement de natures méthodologiques. Ma recherche permettait de mesurer et d'expliquer des phénomènes économiques insuffisamment mis en lumière selon moi par la littérature de l'économie du tourisme. En travaillant avec les acteurs locaux du Nord Pas-de-Calais et maintenant avec ceux de la Polynésie Française, mes analyses ont aussi un objectif de prescription en vue d'améliorer les performances de l'économie du tourisme dans ces territoires et par conséquent le bien-être global. Passer d'une analyse positive à une analyse normative nécessite de prendre du recul et de progresser dans la recherche académique. La rédaction de synthèse pour l'Habilitation à Diriger les Recherches est dans ce sens un excellent exercice car il permet d'avoir un regard plus objectif de sa propre recherche et de mieux en cerner les enjeux pour sa discipline et pour ses problématiques de recherche.

Cette synthèse de mes travaux illustre que le tourisme, comme beaucoup d'autres secteurs, est impacté par l'évolution de la mondialisation. Mais cette prise en compte de la mondialisation ne doit pas cacher les liens importants du tourisme avec les territoires et leurs développements. Afin de bien comprendre ces effets, à travers différentes échelles d'analyse, il est nécessaire d'utiliser les données les plus fines possible mais aussi les plus fiables. C'est dans cet état esprit que je souhaite continuer et amplifier ma recherche en économie du tourisme.

Dans l'avenir proche, ma recherche portera sur plusieurs projets évoqués à la fin de chacune des sections. Il faut ajouter que d'une manière générale, je souhaite développer un programme de recherche portant sur le rôle de la valorisation du patrimoine et l'attractivité d'une destination. La réflexion pour ce programme de recherche a été entamée à la suite du projet EETR et s'est poursuivie suite à la mise en place de séminaires et de conférences pluridisciplinaires (économie, gestion, géographie et histoire) sur ces questions. Il est prévu d'intégrer ce programme aux actions de recherche menées par la Maison de Sciences de l'Homme du Pacifique. Les enjeux de valorisation du patrimoine à travers les politiques de certification et de labellisation sont aujourd'hui pris en considération par les pouvoirs publics en Polynésie Française (classement au patrimoine mondial de l'UNESCO du marae de Taputapuatea, création de zones environnementales et marines protégées, projet de classification de l'archipel des Marquises, etc.). Plusieurs problématiques pourront donc être abordées à travers ce programme : efficacité des recettes touristiques selon le degré de patrimonialisation ; le rôle de la valorisation du patrimoine et du développement touristique sur les ressources foncières ; le rôle du patrimoine dans les préférences culturelles des touristes ; le rôle des populations résidentes et les conséquences pour elles dans le processus de

patrimonialisation, etc. Ces thématiques nécessiteront des approches pluridisciplinaires. Par exemple, on pourrait s'appuyer sur les qualités disciplinaires de la géographie pour réaliser des études de terrains afin de pousser plus en détail les analyses économiques qui suivraient. De cette manière, il sera possible d'avoir des analyses normatives plus précises. Il faut ajouter que la transposition de certaines méthodes quantitatives (comme les modèles de prix hédoniques, les modèles gravitaires ou les méthodes de gestion de portefeuille d'une destination) permettra d'envisager de nouveaux travaux de mémoire de master voire de thèse de doctorat.

La création de nombreuses et nouvelles données en économie du tourisme fournit une multitude de champs d'application académiques et scientifiques. La collecte et le traitement de données, la mise en place de méthodologies pour aborder le secteur du tourisme et les potentialités de modélisation sont nombreuses. C'est pourquoi, à mon sens, il faut amplifier la recherche en économie du tourisme. Cela passera par plus de thèses, par plus de chercheurs et par plus de reconnaissance de la part des instances universitaires en sciences économiques pour ce domaine. Cette présente synthèse contribuera, je l'espère, à mieux atteindre cet objectif.

6. Liste des documents

1. Seetaram N. & Petit S. (2012), « Panel data analysis in Tourism Research », dans *Handbook of Research method in tourism. Quantitative and Qualitative Approaches*, édité par N. Seetaram, L. Dwyer and A. Gill.
2. Nowak J-J., Petit S. & M. Sahli (2013), «Intra-Tourism Trade in Europe», *Tourism Economics*, 18(6), 1287-1311.
3. Hanna J., Lévi L & S. Petit (2015), «Intra-tourism trade, income distribution and tourism endowment: an econometric investigation», *Applied Economics*, 47 (21), 2184-2200.
4. Petit, S. & N. Seetaram (2018), « Bilateral Tourism Flows and cultural affinity for the destination: a new approach based by data of international trade», *Journal of Travel Research*, à paraître.
5. Nowak J-J., Petit S. & M. Sahli (2010, 2013) «Tourism and Globalization: The International Division of Tourism Production», *Journal of Travel Research*, 49(23), 228-245 (2010), et *Recent Developments In The Economics of Tourism*, Volume II, part B, édité by L. Dwyer & N. Seetaram, E. Elgar Publishing (2013).

6. Nowak J-J., Petit S. & Sahli M. (2013), «Tourism and Globalization: A Trade Theoretic Approach», dans *Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies*, Part III, The World Scientific Publishing Company, (2013).
7. Nowak J-J. & S.Petit (2017), «Tourism specialization across qualities in Europe», présenté à la conférence de l'International Association for Tourism Economics (IATE), Université de Bologne, Campus de Rimini (21-23 Juin 2017), en cours de progression.
8. S. Petit (2017), «International trade in services and inequalities: empirical evaluation and role of tourism », *Tourism Economics*, 23(5), 1069-1075.
9. Zhang L., Botti L. & S. Petit (2016), « Destination performance: Introducing the utility function in the Mean-Variance space », *Tourism Management*, 52, 123-132.
10. Hammadou, H., Lévi, L., Nowak, J-J. & S.Petit (2017), «Industrial legacy and tourism: an application of spatial hedonic pricing analysis to the case of hotel rooms in Nord-Pas de Calais, France», présenté à la conference de l'association ASTRES, Université de Grenoble Alpes, 14-16 Juin 2017.

Curriculum Vitae

Sylvain PETIT, né le 17 janvier 1983 à Seclin (France)
Université de Polynésie Française, GDI et IDP (Valenciennes)
Tél.: (+689) 40-86-64-32 ou 87-79-32-40 (GMT -10:00)
Mail : sylvain.petit@upf.pf
Site : <https://sites.google.com/site/sylvainpetitperso/>
Adresse : Université de Polynésie Française, Campus d'Outumaoro
B.P. 6570 - 98702 Faa'a - Tahiti - Polynésie française

FONCTIONS

- ✓ Maître de Conférences en sciences économiques en délégation, Université de Polynésie Française (UPF), depuis 2017, Département Droit Economie Gestion, laboratoire Gouvernance et Développement Insulaire (GDI, EA 4240)
- ✓ Maître de Conférences en sciences économiques (CNU section 05) depuis 2011, Institut du Développement et de la Prospective (IDP, EA 1384). Université Polytechnique des Hauts de France (UPHF).
- ✓ Attaché Temporaire d'enseignement et de recherche (ATER), Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis (UVHC), 2009-2011.
- ✓ Allocataire et moniteur, Université Lille 1, 2006-2009.

TITRES UNIVERSITAIRES

- ✓ Doctorat en Sciences Économiques, Université Lille 1 - Sciences et Technologies, laboratoire EQUIPPE. Thèse soutenue le 19 novembre 2010, mention très honorable²⁶.

Titre de la thèse : « Une analyse du tourisme international : production fragmentée, flux croisés, effets redistributifs ».

Directeurs: Hubert JAYET, Professeur et Jean-Jacques NOWAK, Maître de conférences, Université Lille 1.

Membres du jury :

Georges BRESSON, président, Professeur, Université Paris II

Lionel FONTAGNÉ, rapporteur, Professeur, Université Paris 1

Farid TOUBAL, rapporteur, Professeur, Université d'Angers

Mondher SAHLI, Senior Lecturer, Victoria University of Wellington, Nouvelle-Zélande

- ✓ Master d'Économie Appliquée, mention Économétrie Appliquée (mention Bien), Université Lille 1, Sciences et Technologies, 2006.

DISTINCTIONS ET RAYONNEMENT

- ✓ Titulaire de la Prime d'Encadrement Doctorale et de Recherche (PEDR), 2017-2020, UPF
- ✓ Titulaire de la Prime d'Encouragement à la Production Scientifique (PEPS) 2016-2017, UVHC.
- ✓ Bonus Qualité de Recherche Internationale (BQRI) pour l'année 2016, avec Neelu Seetaram (Bournemouth University), ComUE Lille Nord de France.
- ✓ Award of Best Paper of the 3rd IATE conference, "Intra-Industry Trade and Vertical Differentiation in Tourism Services" co-écrit avec Jean-Jacques Nowak et Mondher Sahli.

²⁶ La mention très honorable est la plus haute mention décernée par l'Université de Lille 1 depuis juillet 2007.

✓ Bourse au mérite, Université de Lille 1, Sciences et Technologies, 2005-2006

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

✓ Thèmes de recherche :

Économie du tourisme et des transports

Économie internationale et géographique

Économétrie appliquée

Economie publique et développement local

✓ Articles publiés dans des revues à comité de lecture :

[1] Petit, S. & N. Seetaram (2018), « Bilateral Tourism Flows and cultural affinity for the destination: a new approach based by data of international trade », *Journal of Travel Research*, à paraître.

[2] S. Petit (2017), « International trade in services and inequalities: empirical evaluation and role of tourism », *Tourism Economics*, vol.23(5), p1069-1075.

[3] Zhang L., Botti L. & S. Petit (2016), « Destination performance: Introducing the utility function in the Mean-Variance space », *Tourism Management*, vol.52, p123-132.

[4] Hanna J., Lévi L & S. Petit (2015), « Intra-tourism trade, income distribution and tourism endowment: an econometric investigation », *Applied Economics*, vol.47, n°21, p2184-2200.

[5] Nowak J-J., Petit S. & M. Sahli (2013), « Intra-Tourism Trade in Europe », *Tourism Economics*, vol.18, n°6, p1287-1311.

[6] Cassette A., Fleury N. & S. Petit (2012), « Income inequality and international trade in goods and services: short and long-run evidence », *International Trade Journal*, vol.26, n°3, p223-254.

[7] Nowak J-J., Petit S. & M. Sahli (2010) « Tourism and Globalization: The International Division of Tourism Production », *Journal of Travel Research*, vol.49, n°23, p228-245.

✓ Autres publications dans des revues

[8] S. Petit (2018), « BOOK REVIEW: Quantitative Methods in Tourism. A Handbook, 2nd edition », *Tourism Analysis*, à paraître

[9] S. Petit et Venayre F. (2018), « L'ouverture du marché polynésien du transport aérien international menacée par la communication de l'Autorité de la concurrence », *Revue juridique, politique et économique de Nouvelle-Calédonie*, à paraître

✓ Contribution à un ouvrage collectif (avec comité de lecture):

[10] Nowak J-J., Petit S. & M. Sahli (2013) « Tourism and Globalization: The International Division of Tourism Production », *Recent Developments In The Economics of Tourism*, Volume II, part B, edited by L. Dwyer & N. Seetaram, E. Elgar Publishing (2013)

[11] Nowak J-J., Petit S. & Sahli M. (2013), « Tourism and Globalization: A Trade Theoretic Approach », in *Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies*, Part III, edited by Clement Tisdell, The World Scientific Publishing Company, (2013).

[12] Seetaram N. & Petit S. (2012), « Panel data analysis in Tourism Research », in *Handbook of Research method in tourism*, edited by N. Seetaram, L. Dwyer and A. Gill (2012).

✓ Contribution à un ouvrage collectif (sur invitation):

[13] Petit S. (2013), « Enjeux et dangers du tourisme international sur le développement local », dans *Multiple Criteria Decision Making*, edited by T. Trzaskalik & T. Wachowicz, University of Economics in Katowice, (2013).

✓ Documents de travail:

[14] Nowak J-J., Petit S. & M. Sahli (2013), «Intra-industry trade and vertical differentiation in tourism services», documents de travail IDP n°2013-01

[15] Petit S. (2011), «Allers et retours entre théorie et empirique dans la littérature du commerce international : l'exemple du commerce intrabranche», documents de travail IDP n°2013-12

[16] Cassette A., Fleury N. & S. Petit (2013), «Income inequality and international trade: short and long run evidence and the specific case of the tourism service», documents de travail IDP n°2013-14.

✓ Travaux en cours:

[17] «Industrial legacy and tourism: an application of spatial hedonic pricing analysis to the case of hotel rooms in Nord-Pas de Calais, France», avec Hakim Hammadou, Loïc Lévi et Jean-Jacques Nowak

[18] «Tourism specialization across qualities in Europe», avec Jean-Jacques Nowak

[19], « Une nouvelle concurrence aérienne internationale en Polynésie Française : et après ? »

✓ Communications à des conférences et workshops (avec comités de sélection, les titres des présentations sont indiqués grâce au nombre dans les crochets, []) :

3^{ème} Conférence du réseau de recherche des universités du Pacifique insulaire (PIURN), Université de la Polynésie française, Octobre 2018 [19]

Workshop “Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management” (QATEM), Université de la Polynésie française, Juin 2018 [17].

Conférence pluridisciplinaire de l'Association Tourisme Recherche et Enseignement Supérieur (ASTRES) : Université Grenoble Alpes, Juin 2017, [1].

Conference of the International Association for Tourism Economics (IATE): University of Bologna, Rimini, Juin 2017, [1] et [18].

Workshop “Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management” (QATEM), North-West University, Potchefstroom, South Africa, Août, 2016 [1].

Conference of the International Association for Tourism Economics (IATE): PolyUniversity of Hong-Kong, Juin 2015, [3] et [17].

Conférence pluridisciplinaire de l'Association Tourisme Recherche et Enseignement Supérieur (ASTRES) : Université La Rochelle, Juin 2015 [17].

Workshop “Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management” (QATEM), Chiba University, Narita, Japon, Mai 2014 [4].

Conference of the International Association for Tourism Economics (IATE): University of Ljubljana, Slovénie, Juin 2013 [4].

Workshop “Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management” (QATEM), Université de Corse, Pascal Paoli, Juin 2012 [11].

Conference of the International Association for Tourism Economics (IATE): Bournemouth University, Juin 2011 [5].

Annual Doctoral Conference of the Association for the Development of Research in Economics and Statistics (ADRES), Paris, Mars 2011 [5].

Conference of the International Association for Tourism Economics (IATE): University of Chiang Mai, Thaïlande, Février 2009 [16].

Spring Meeting of Young Economists (SMYE), Université de Lille, Juin 2008 [11].
Workshop “Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management” (QATEM) :
Université de Perpignan Via Dominitia, Mai 2008 [14].
International Conference of International Trade: global perspectives for the 21st century, Stoke-
On-Trent, Royaume-Uni, Février 2008 [6].
Conferences of the International Association for Tourism Economics (IATE) : University of
Balears, Palma de Majorque, Espagne, Octobre 2007 [7].
Spring Meeting of Young Economists (SMYE), University of Hambourg, Allemagne, Juin
2007 [14].
International Conferences of Advances in Tourism Economics (ATE) : Vila Nova de Santo
André, Portugal, Mai 2007 [14].

✓ Communications à des séminaires et conférences sur invitation (les titres des présentations sont indiqués grâce au nombre dans les crochets, []) :

Séminaire du laboratoire GDI, Université de Polynésie Française, Février 2018 [1].
Séminaire du laboratoire CRESEM, Université de Perpignan Via Dominitia, Mars 2017 [17].
Séminaire de l'UMR LISA, Université de Corse Pascal Paoli, Corte, Mars 2017 [17].
Séminaire du laboratoire IDP, Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis, Janvier
2017 [1].
Research seminar of the Department of Tourism and Hospitality in the Faculty of Management,
Bournemouth University, Mai 2016 [1].
Conférence « Vers une société modèle ? : appréciations critiques de la dimension explicative,
prédictive et normative des modèles », 1ère journée : autour de l'économie, Université de
Valenciennes, Novembre 2011 [15].
Séminaire du GATE, Université de Lyon 1, Campus de Saint-Etienne, Mars 2011 [5].
Séminaire du CERDI, Université d'Auvergne, Clermont-Ferrand, Mars 2011 [5].
Séminaire Inter Universitaire des Théories Économiques (SIUTE), Université de Lille, Février
2011 [5].

✓ Intervention dans les medias

Tribune :

Sylvain Petit et Florent Venayre (2018), «Tahiti : le revers de la guerre des prix dans l'aérien»,
L'Echotouristique, 13 Juin 2018

Interviews :

« Le yield management, une pratique pour "optimiser la rentabilité" », *Tahiti Infos*, 20 Juin
2018.

« Un outil pour mesurer notre performance touristique », *Tahiti Infos*, 14 Juin 2018

« Regards croisés des enseignants-chercheurs et des acteurs locaux sur le tourisme », *Tahiti
Infos*, 11 juin 2018.

«Capland à Marquise, Maison des Archers à Watten : quand les musées font flop», *DayliNord*,
15 Mai 2017.

✓ Communications à des conférences de vulgarisation scientifique

« Le tourisme: la clef du développement économique en Polynésie Française. Quelles
caractéristiques, limites et perspectives? », Séminaire *Echappées Culturelles*, Haut-
Commissariat de la République en Polynésie Française, 30 Août 2018.

« Héritage industriel et tarification dans l'hôtellerie: une analyse hédonique appliquée au Nord Pas-de-Calais », Séminaire *Le tournant culturel du Bassin minier du Nord-Pas-de-Calais : perspectives et limites d'une transition vers une économie culturelle et touristique*, Louvre-Lens, organisé par l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 20 Mars 2016

✓ Participation à des conférences sur invitation, sans communication

Sustainable Development and Circular Economy Seminar, The Pacific Economic Cooperation Council, Papeete, 20-21 November 2017

Parau Parau Tahiti – PPT 2018 Pacific / Americas, Papeete, 14 March 2018

MOBILITÉS ET RELATIONS INTERNATIONALES :

✓ Délégation à l'Université de Polynésie Française (depuis Septembre 2017)

✓ Professeur invité :

- Bournemouth University (Angleterre, Juin 2016)

- Ecole Hôtelière de Lausanne (Suisse, Avril 2016)

- University of Economics Katowice (Pologne, Mai 2012)

✓ Séjour doctoral à la Management School of Victoria University of Wellington, Nouvelle Zélande (Juin à Septembre 2007).

✓ Accueil de professeurs invités (et responsable des budgets alloués à la mobilité):

- Mondher Salhi (Victoria University of Wellington, Nouvelle-Zélande), UPF (Octobre 2018).

- François De Grandpré (Université de Québec Trois Rivières, Canada), UVHC (Mai 2017).

- Neelu Seetaram (Université de Bournemouth, Royaume-Uni), UVHC (Avril 2014, Avril 2016).

ANIMATIONS SCIENTIFIQUES ET RESPONSABILITÉS COLLECTIVES

✓ Membre élu du comité exécutif de l'IATE depuis 2011.

✓ Responsable scientifique du projet « Patrimoine, Territoires », projet SIFRE financé par l'UVHC (Soutien d'Investissement aux Formations et la Recherche d'Excellence), 2016-2017

✓ Responsable scientifique du projet « émergent » financé par la région Nord Pas-de-Calais : EETR (Evaluation de l'Economie Touristique Régionale).

✓ Encadrement d'un post-doctorant (1 an en 2013-2014) et d'un ingénieur d'étude (2 ans en 2013 et 2014) qui ont été recrutés sur le budget du projet EETR.

✓ Responsable de l'axe « Mobilités et développement durable » (MDD), laboratoire IDP, UVHC, 2012-2015.

✓ Membre de comités de sélections de Valenciennes (2013, 2014, 2016) et de Lille 1 (2016).

✓ Membre élu d'instances universitaires : Commission de Recherche, UVHC, 2012-2016; Conseil de laboratoire IDP (EA 1384), UVHC, 2012-2016 ; Conseil de laboratoire EQUIPPE, Université de Lille 1, représentant des doctorants (2008-2010)

✓ Organisations d'événements (organisateur et responsable scientifique):

- 6ème QATEM (Quantitative Advances in Tourism Economics and Management) Workshop, Université de Polynésie Française, 14 Juin et 15 Juin 2018.

- JIPT (Journées Interdisciplinaires du Patrimoine et des Territoires), 07 Mai 2017 et 07 Décembre 2017, UVHC.

- SIPT (Séminaires Interdisciplinaires du Patrimoine et des Territoires) ; 10 séminaires entre Février et Décembre 2017, UVHC.

- « Evaluation de l'Economie Régionale Touristique », conférence adressée aux professionnels du tourisme et co-organisée avec le CRT du Nord Pas-de-Calais, 13 Mars 2015

- 3ème PhD workshop de l'IATE (International Association for Tourism Economics), 16-17 Juin 2014, 1er workshop indépendant de la conférence biannuelle.
- Première journée doctorale du laboratoire EQUIPPE (13 Janvier 2010).

RAPPORTEUR

Rapporteur pour les revues *Applied Economics*, *International Economics*, *The international trade journal*, *Tourism Economics*, *Tourism Management*, *Tourism and Hospitality Research*

ENSEIGNEMENTS ET ENCADREMENTS PEDAGOGIQUES

✓ Université de Polynésie Française (2017 - ...)

CM et TD Economie Managériale (M1 Management et Commerce International)
 CM Economie du tourisme (Licence Professionnelle Hôtellerie Tourisme)
 CM Tourisme international et en Polynésie Française (Licence Professionnelle Hôtellerie Tourisme)
 CM et TD Microéconomie avancée (L3 économie-gestion)
 CM de Mathématiques et Statistiques pour l'économie II (L2 économie-gestion)
 CM et TD de Mathématiques pour l'économie I (L1 économie-gestion)
 TD de statistiques (L1 économie-gestion)

✓ Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis (2009-2017)

CM Tourisme et Développement Local (M1 AES)
 CM et TD d'Econométrie (L3 AES, L3 Economie-Gestion)
 CM Techniques d'Enquête (L3 AES)
 CM Informatique et traitements de données (L2 AES)
 CM et TD Principes de l'analyse économique (L1 AES)
 CM Histoire des faits économiques (L1 économie-gestion et L1 AES)
 CM Grands courants de la pensée économique (L1 économie-gestion)
 CM Problèmes économiques contemporains (L1 Droit)
 CM Histoire de l'économie européenne (L1 économie)
 TD Microéconomie (L2 économie-gestion)
 TD Introduction à l'analyse économique (L1)
 TD Statistiques (L1 économie)

✓ Université Catholique de Lille (2012-2017)

CM Tourisme international (L3 LEA)

✓ Université de Lille 1 – Sciences et Technologies (2006 – 2009)

TD Microéconomie en concurrence imparfaite (L3 économie-gestion)
 TD Statistiques et Estimations (L2 économie-gestion)
 TD Statistiques et Probabilités (L2 économie-gestion)
 TP Statistiques (L1 économie-gestion)
 TD Introduction à l'analyse économique (L1 économie-gestion)

ANIMATIONS PÉDAGOGIQUES ET RESPONSABILITÉS COLLECTIVES

✓ Responsable pédagogique

Licence économie-gestion, UPF, à partir de 2018

Licence professionnelle « Management des activités hôtelières et touristiques », UPF, à partir de 2018

Master 1 AES, FDEG – UVHC, 2016-2017

Licence 3 AES. FDEG – UVHC, 2016-2017.

1er Vice-Doyen, FDEG – UVHC, 2015-2016.

Directeur des études de la filière AES, FDEG-UVHC, 2015-2017

✓ Co-Directeur de thèse (en co-tutelle) de M. Roberto Paolo Vico (2016-2019)

Sujet de Thèse : « Les Jeux Olympiques entre mythe et réalité : une étude anthropologique et ethnologique de la perception de la population de Rio de Janeiro sur les Jeux Olympiques de 2016 », Candidat inscrit à l'école doctorale « Sciences de l'Homme et de la Société », Lille. Thèse en cotutelle avec l'Universidade Federal do Rio Grande do Norte à Natal, sous la direction du professeur Francisco Fransualdo de Azevedo (Brésil)

✓ Membre du jury de thèse de doctorat :

Kongmanwatana Papangkorn, « Decision Analysis in Tourism and Hospitality: International Comparisons », 12 Mai 2017 (Perpignan)

✓ Autres encadrements scientifiques :

- Linjia Zhang, Post-Doctorat, Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis, Septembre 2013 à Août 2014 dans le cadre du projet EETR.

→ Suivi : Associate Professor, Xi'an Jiaotong-Liverpool University, Chine

- Loïc Lévi : Ingénieur de recherche, Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis, Janvier 2013 à Décembre 2014 dans le cadre du projet EETR.

→ Suivi : Thèse à INRA, contrat doctoral (Agrocampus-Ouest, SMART-LERECO, Rennes).

✓ Autres activités pédagogiques :

Suiveur de mémoire :

- 3 mémoires de la 2^{ème} année de Master Management et Commerce International, UPF (2017-2018).

- 3 mémoires de la 1^{ère} année de Master d'Economie Appliquée, Université de Lille, (2007-2010).

Encadrement et responsable des projets tutorés :

- Licence Professionnelle Hôtellerie-Tourisme, UPF

- L2 économie-gestion, Université Valenciennes

- L3 économie-gestion, Université Valenciennes

- L2 AES, Université Valenciennes

- L3 AES, Université Valenciennes

- M1 AES, Université Valenciennes

Encadrements et suivis de stages :

- Licence Professionnelle Hôtellerie-Tourisme, UPF

- L3 AES, Université Valenciennes

- M1 AES, Université Valenciennes

Enseignant dans le cadre de la Summer School