

Estonie et Slovénie : petits pays, grandes ambitions

Description

Classés parmi les meilleurs élèves de l'Union européenne en matière de croissance économique, la Slovénie et l'Estonie ont bien compris l'avantage qu'elles pouvaient tirer de l'exploitation de leur potentiel touristique. Le secteur du tourisme est ainsi en croissance dans ces deux pays, de taille modeste, affichent de belles ambitions en matière de tourisme.

Mais qu'est-ce qui fait le succès de l'Estonie et de la Slovénie ? Selon le Centre du développement du tourisme en Estonie, le nombre de touriste ayant passé au moins une nuit dans le pays en 2005 s'élèverait à 1,9 million, soit une augmentation de 9% par rapport à 2004, tandis que le bénéfice total du secteur du tourisme était de 963 millions d'euros, soit 8% d'augmentation par rapport à 2004. La compagnie aérienne Estonian Air a également vu sa fréquentation exploser en 2005 : 642 700 passagers ont été transportés, soit 18% de plus qu'en 2004. Quant à la mission économique de Ljubljana, elle indique que près de 2,4 millions de voyageurs auraient visité la Slovénie en 2005. Le pays vise une augmentation de ses visiteurs de 6% par an d'ici 2011.



Le fait est qu'à l'intérieur de ces pays les touristes des pays d'Europe occidentale constatent agréablement le bon rapport qualité / prix et le soin apporté à la mise en valeur du patrimoine. On se rend en Slovénie pour sa gastronomie, charcuterie fumée et alcools de fruits, qui tire parti de sa proximité avec l'art de vivre italien. Quant à l'Estonie, elle se prévaut de ses îles sauvages et de ses stations balnéaires à la vie nocturne trépidante, à l'instar de Pärnu. Petits pays, grandes ambitions : l'Estonie et la Slovénie constituent deux pays parmi les plus dynamiques en matière de tourisme au sein de l'UE.

Des Espagnols en Estonie

L'adhésion de ces deux pays à l'UE en 2004 n'est bien entendu pas étrangère à cette dynamique. L'entrée dans l'UE a constitué un gage de sécurité pour les voisins européens immédiats de la Slovénie. Les Italiens, notamment, qui possèdent une longue histoire commune avec le pays, figurent ainsi parmi les premiers clients des hôteliers et restaurateurs slovènes, ainsi que les touristes originaires d'Allemagne et d'Autriche, qui profitent des attraits des plages d'Istrie et de leurs restaurants de coquillages.

Quant aux autorités estoniennes, elles ont constaté une augmentation importante de la fréquentation des touristes européens depuis cette date, non seulement de la part des visiteurs scandinaves, russes et germaniques habituels mais aussi originaires de Grande-Bretagne, d'Italie, d'Espagne et de France. En 2005, 15 500 touristes espagnols ont séjourné dans un établissement d'hébergement en Estonie : c'est deux fois plus qu'en 2003. Cette hausse est directement liée à l'étendue de la couverture médiatique de l'adhésion en 2004, au développement de l'offre dans les catalogues des agences de voyages, au bon rapport qualité/ prix des transports et surtout à la simplification du régime frontalier.

Les politiques d'accueil des étrangers jouent également un rôle dans cette réussite. Après s'être doté d'infrastructures aéroportuaires ultramodernes, l'Estonie a notamment misé sur la rénovation de plusieurs établissements thermaux et sanatoriums à Pärnu, la « capitale d'été » et sur l'île de Haapsalu, pour diversifier son offre. Les séjours spa, particulièrement appréciés par les Finlandais, les Suédois, les Norvégiens et les Russes, figurent en troisième position sur la liste des objectifs de voyage et concernent désormais 8% des voyageurs.

La Slovénie sur CNN

De son côté, la Slovénie a décidé de sortir le grand jeu. Le modèle de développement de la Croatie, où 64,7% des vacanciers slovaques se seraient rendus en 2004, a trouvé un émule. Le Ministère slovène de l'Economie vient de présenter une nouvelle stratégie de développement touristique pour 2007-2011, avec un volume d'investissements de plus d'un milliards d'euros. La Direction du Tourisme a décidé de donner au secteur les moyens de se faire connaître sur le marché mondial, en passant notamment par la promotion de la Slovénie sur la chaîne de télévision CNN. Les Américains, ainsi que les Russes, pour qui la Slovénie apparaît comme une destination de plus en plus attractive, figurent parmi les cœurs de cible. Au total, 5,43 millions d'euros devraient être investis dans la publicité pour le pays. Le reste devrait être consacré à la rénovation d'une vingtaine de châteaux et de manoirs, à la création de terrains de golf, la formation des employés du secteur, l'amélioration des conditions d'aménagement du territoire, et divers autres projets. Les investisseurs allemands, américains, français et britanniques ont déjà manifesté leur intérêt.

Par Marie-Anne SORBA



[Retour en haut de page](#)

date créée

01/07/2006

Champs de Méta

Auteur-article : Marie-Anne SORBA