



Promouvoir le tourisme durable dans les Outre-mer

Inès Bouchaut-Choisy

2018-09
NOR : CESL1100009X
Mercredi 28 mars 2018

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Mandature 2015-2020 – Séance du mercredi 28 mars 2018

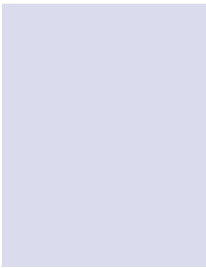
PROMOUVOIR LE TOURISME DURABLE DANS LES OUTRE-MER

Avis du Conseil économique, social et environnemental
sur le rapport présenté par

Mme Inès Bouchaut-Choisy, rapporteure

au nom de la
délégation à l'Outre-mer

Question dont le Conseil économique, social et environnemental a été saisi par décision de son bureau en date du 8 mars 2016 en application de l'article 3 de l'ordonnance n° 58-1360 du 29 décembre 1958 modifiée portant loi organique relative au Conseil économique, social et environnemental. Le bureau a confié à la délégation à l'Outre-mer la préparation d'une étude intitulée : *Promouvoir le tourisme durable dans les Outre-mer*. Par sa décision du 14 novembre 2017, le Bureau du CESE a validé l'étude adoptée par la délégation le 24 octobre et a accepté sa transformation en rapport et projet d'avis. La délégation à l'Outre-mer présidée par M. Jean-Étienne Antoinette, a désigné Mme Inès Bouchaut-Choisy comme rapporteure.



Synthèse de l'avis p. **X**

Avis

présenté au nom de la délégation à l'Outre-mer

**L'ensemble du projet d'avis a été adopté au scrutin public
par 173 voix et 2 abstentions.**

PROMOUVOIR LE TOURISME DURABLE DANS LES OUTRE-MER

Inès Bouchaut-Choisy

Introduction

Pour l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le tourisme se définit comme « *un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents)...* » Ainsi, ces activités « *ont donc des répercussions sur l'économie, sur l'environnement naturel et bâti, sur la population locale de la destination et sur les visiteurs eux-mêmes* ».

Particulièrement ancien, le tourisme dans les Outre-mer apparaît dès le XIX^e siècle lorsque certains colons recherchaient des lieux de séjour. Ils/elles s'installent dans quelques lieux de villégiature privilégiés à partir desquels vont se construire les noyaux de quelques stations thermales. C'est ainsi, que « *les cirques de Salazie et de Cilaos à **La Réunion** accueillent les premiers curistes aisés. [...] En **Guadeloupe**, les sources thermales de Dolé, sur la commune de Gourbeyre, ont été exploitées dès le début du XIX^e siècle. [...] En **Martinique**, les fontaines Didier, Moutte et Absalon furent exploitées à partir des années 1920. Plus tard, la station thermale de la Crouen, sur la commune de Canala en **Nouvelle-Calédonie**, ouvre ses portes* ».

Les progrès en matière de transport aérien accélèrent le développement d'infrastructures aéroportuaires pour rapprocher ses territoires de la France hexagonale mais aussi les ouvrir sur le monde. Rappelons que jusqu'aux années 1960, le tourisme ne figurait ni dans les priorités de la politique sociale de l'État, ni dans celles de la planification économique. Le IV^e Plan (1962-1965) marque une rupture avec cette absence d'intérêt, le tourisme devient un axe important de la politique d'aménagement y compris dans les territoires ultramarins. L'État impulse cette politique d'aménagement avec la Mission interministérielle pour le développement du tourisme des départements et territoires d'Outre-mer. L'objectif est de doter les Outre-mer d'une véritable offre hôtelière et d'entreprendre les aménagements touristiques indispensables, ces activités viennent alors à la rescousse de l'économie de plantation en difficulté, notamment dans le secteur de la canne à sucre. De plus, les Antilles sont confrontées aux tensions sociales et au manque d'emplois pour les jeunes qui n'ont d'autres perspectives que l'émigration. Par conséquent, « *Le tourisme s'impose progressivement comme la meilleure voie de développement.* »

Cette volonté de développer les moyens de production va permettre par exemple « *dans le cadre du VI^e Plan (1971-1975) que la **Martinique** et la **Guadeloupe** se dotent d'une infrastructure hôtelière de standard international* ».

Ces premières décennies de développement du tourisme dans les territoires ultramarins sont portées par les pouvoirs publics, sur la base d'un modèle touristique uniforme : une offre balnéaire, classique, centrée sur la plage, mais dans un contexte où l'offre internationale était relativement limitée. Mais ce modèle a vieilli et s'est heurté à la concurrence internationale dès la fin des années 1990. De nouvelles destinations s'imposent sur la scène internationale, telles Cuba et la République dominicaine.

Pendant les années 1980 et 1990, l'expansion du secteur touristique dans les Outre-mer se poursuit, soutenue notamment à partir de 1986 par la Loi de finances rectificative du 11 juillet 1986 (dite « loi Pons ») qui a pour intention de favoriser, *via* la défiscalisation, les investissements dans des secteurs considérés comme prioritaires pour les Outre-mer dont le tourisme, en contrepartie d'une réduction ou d'une exonération d'impôt.

Cette expansion subit un coup d'arrêt au début des années 2000. Le secteur est depuis en difficulté notamment après la crise économique et financière de 2008 même si des signes encourageants sont visibles depuis quelques années.

Les rapports sur la situation du tourisme Outre-mer se succèdent et en arrivent toujours au même constat : si le tourisme constitue un levier particulièrement décisif dans les économies ultramarines, son poids dans le PIB de certaines collectivités est limité.

Cela se traduit par une diminution croissante du nombre de chambres, la fermeture d'infrastructures hôtelières concurrencées, aujourd'hui, par les plateformes communautaires, ou encore par la fragilité financière des entreprises du secteur.

De plus, selon les travaux de l'Institut d'émission des départements d'Outre-mer (IEDOM, *Le tourisme Outre-mer : une mutation nécessaire*), « l'industrie touristique emploie en moyenne 9,1 % des effectifs salariés du secteur marchand dans les DROM soit 28 000 salariés. Cette part atteint 28 % à **Saint-Martin** à 37 % à **Saint-Barthélemy** avant le passage de l'ouragan *Irma* ». Le tourisme crée principalement des emplois dans le secteur de la restauration, les transports, l'hébergement ou encore les activités de loisirs.

Alors que les appels au « sursaut ou à la mutation » du tourisme ultramarin se succèdent au fil des rapports, le secteur repose toujours sur un modèle principalement centré sur les offres balnéaires, qui a atteint ses limites lorsque l'objectif est de le repenser et de le réformer en profondeur.

Le tourisme durable s'est peu à peu développé Outre-mer, à la fois par l'émergence d'une offre nouvelle, parallèle aux grands complexes hôteliers, et par une transition de l'offre classique vers un modèle plus respectueux de la préservation des ressources, des populations et des cultures. Des exemples de réussites existent dans les territoires, tels que le cargo mixte Aranui V qui dessert **Tahiti et les îles Marquises**, dont le pavillon est français et l'équipage composé en majorité de Polynésiens, ou les croisières aux îles loyauté en **Nouvelle-Calédonie**, dont l'impact de l'ancrage des navires sur les récifs coralliens a été limité et les circuits réorientés vers une découverte plus authentique des îles et proche des populations locales. Pourtant, ces initiatives sur les territoires ultramarins apparaissent encore peu nombreuses, relativement isolées, et non intégrées dans une politique globale de développement touristique.

Les Outre-mer disposent d'atouts naturels exceptionnels. Selon l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), « *la France possède grâce aux Outre-mer le 2^e domaine maritime mondiale incluant 55 000 km² de récifs coralliens et lagons soit environ 10 % de la superficie mondiale. Plus de 98 % de la faune vertébrée et 96 % des plantes endémiques de la France sont ultramarines* ».

Alors que ces territoires se trouvent aux avant-postes des effets du réchauffement climatique, ces collectivités ont une double responsabilité : protéger ce patrimoine unique tout en menant une politique économique qui intègre les principes de durabilité. Autrement-dit, réformer le modèle actuel pour converger vers un tourisme durable, c'est-à-dire « *un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels, futurs en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil* ».

Mais la question est alors de savoir comment repenser la croissance touristique en intégrant le principe de développement durable tel qu'il est défini par l'OMT pour redynamiser un secteur d'avenir à fort potentiel mais insuffisamment exploité.

Cet avis se fixe comme objectif de recenser les pistes permettant la mutation du tourisme ultramarin vers des modèles plus durables. Il s'agit d'identifier les outils et de créer les conditions de mise en place de stratégies futures car la transformation du tourisme Outre-mer ne se décrète pas mais doit faire l'objet d'une préparation à long terme pour se formaliser en plans pluriannuels.

I - LE MODÈLE BASÉ SUR LA RECHERCHE DE MASSIFICATION MONTRE DÉSORMAIS SES LIMITES

A - Les problématiques récurrentes du secteur touristique dans les Outre-mer

1. Un flux touristique insuffisant et inégalement réparti

Il convient de rappeler au préalable, que la fréquentation doit s'analyser selon les collectivités c'est-à-dire les départements et régions d'Outre-mer (DROM), les collectivités d'Outre-mer (COM) et la **Nouvelle-Calédonie**.

Selon les données les plus récentes, les Outre-mer ont accueilli 2,5 millions de touristes et 1,3 million de croisiéristes en 2016.

Tourisme de séjour

À l'exception de la **Guyane** et de **Mayotte**, l'activité touristique dans les autres DROM s'est traduite par une situation singulière au cours des années 1990. Cette période faste est marquée par une croissance exponentielle du nombre de visiteurs. Cependant, dès le début des années 2000, la fréquentation a sensiblement diminué avant de connaître une longue période de stagnation. Malgré une tendance au redémarrage observée ces dernières années, ces territoires peinent à retrouver une croissance durable de leur fréquentation.

À titre d'exemples :

Entre 1990 et 2000, la **Guadeloupe** est passée de 200 000 à 600 000 visiteur.euse.s par an. Depuis cette date, la fréquentation a chuté de 600 000 à 347 000, conséquence des mouvements sociaux de 2009. Le constat montre une tendance à la hausse depuis quatre ans pour atteindre les 580 000 touristes en 2016.

Ce phénomène se retrouve en **Martinique** qui a connu une expansion rapide en huit ans passant de presque 300 000 touristes en 1990 à un pic de 600 000 en 1998. Mais dès les années 2000, on observe une baisse oscillant entre 500 000 et 450 000 et s'établit en 2016 à 519 303 visiteur.euse.s, confirmé en 2017 par une progression à 535 647.

Cette croissance se retrouve également à **La Réunion** où le nombre de visiteur.euse.s a progressé, passant de 200 000 en 1990 à 430 000 en 2000. Ce chiffre a par la suite stagné avant de chuter à 278 800 en 2006. Après cette date, l'activité a progressivement augmenté et se situe légèrement au-dessus de son niveau des années 2000 avec 450 000 touristes en 2016.

En **Guyane**, le secteur se caractérise principalement par les séjours d'affaires du fait de la présence du Centre spatial. L'activité reste encore faiblement développée c'est ce que notent les données de l'INSEE, qui par convention a débuté une série d'enquêtes annuelles à partir de 2004. Ainsi, les flux sont passés de 94 920 en 2005 à 100 000 actuellement.

Activité peu présente dans l'économie de **Mayotte**, le nombre de touristes a augmenté, passant de 20 000 au cours des années 2000 à 50 900 visiteurs en 2016, toutefois, cette progression est irrégulière d'une année sur l'autre.

Concernant les collectivités d'Outre-mer, cet avis s'attachera à analyser les cas de la **Polynésie française** et de **Saint-Pierre et Miquelon**. La reconfiguration de l'activité touristique après le passage de la tempête Irma à **Saint-Barthélemy** et **Saint-Martin** fera l'objet d'un encadré à la fin de cet avis.

L'évolution du nombre de touristes est disparate en **Polynésie française**. Il a connu une croissance forte jusqu'en 2000 pour atteindre un record de 252 000 touristes, suivie d'une chute brutale en 2001 et 2002, puis d'une stabilisation entre 2003 et 2007, suivie d'une nouvelle chute et d'une stabilisation du nombre de touristes entre 163 000 et 180 000. En 2016, la **Polynésie française** a accueilli 192 495 touristes.

À **Saint-Pierre-et-Miquelon**, le poids du tourisme est faible dans l'économie locale. Les chiffres sur les quinze dernières années s'élèvent en moyenne à environ 13 800 par an avec des pics se situant entre 15 000 et 18 000.

Enfin, à **Wallis-et-Futuna**, le tourisme est particulièrement marginal et aucune statistique n'est réalisée.

Concernant la **Nouvelle-Calédonie**, le nombre de touristes est passé d'environ 80 000 au début des années 1990, pour atteindre 110 000 touristes en 2000. À partir de cette date et jusqu'en 2010, il s'est stabilisé autour de 100 000 touristes par an. Depuis, il a légèrement augmenté et oscille entre 110 000 et 115 000 visiteur.euse.s.

Croisiéristes

Selon le rapport de 2015 relatif au développement de l'activité des croisières, celles-ci comptent « 21,3 millions de *passager.ère.s*, soit une croissance de 77 % en dix ans, pour 100 Md€ de revenus par an et 775 000 emplois, dont 339 000 en Europe. (...) L'Italie est le premier bénéficiaire des dépenses directes du secteur (4,5 Md€ dépensés) devant le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne puis la France, qui capte un peu plus d'un milliard d'euros ».

Présents sur trois océans, les Outre-mer attirent une partie de ces *passager.ère.s* :

Dans la Caraïbe où la **Guadeloupe**, malgré une diminution par rapport à 2015 (309 872 *passager.ère.s*), en a accueilli 276 293 en 2016. En **Martinique**, l'activité de croisière reste soutenue avec 322 502 excursionnistes en 2016 dont 280 566 croisiéristes.

Dans l'océan Indien, **La Réunion** a reçu 73 865 croisiéristes en 2016.

Dans le Pacifique, la **Polynésie française** se distingue par deux types de croisières. D'abord, les activités inter-îles au départ de Tahiti et celles en provenance des transpacifiques, soit au total 84 740 croisiéristes.

Au départ de l'Australie à destination de Nouméa, Lifou ou de l'Île des Pins, la **Nouvelle-Calédonie** a accueilli 509 463 *passager.ère.s* en 2016.

Essentiellement orienté vers le marché nord-américain, **Saint-Pierre et Miquelon** qui est le seul port étranger sur cet itinéraire, a reçu 2 575 croisiéristes en 2016.

Si les chiffres des croisières montrent que cette activité est en plein essor dans les Outre-mer, il faut néanmoins les relativiser. Hormis la **Polynésie**, la clientèle des paquebots dépense souvent entre 50 et 100 euros selon les territoires pour une durée effective à terre comprise entre 6 et 15 heures. Certaines enquêtes montrent même que 35 % des *passager.ère.s* n'ont pas quitté le paquebot lors des escales effectués à **La Réunion**. Des études en cours en **Martinique** montrent que plus de 60 % des *passager.ère.s* peuvent rester à bord lorsque l'escale n'est pas très attractive, et ce, d'autant que le paquebot de croisière est une véritable destination touristique en lui-même, tant les offres récréatives sont multiples et diversifiées.

2. Le nécessaire besoin de restructuration de l'offre d'hébergement

L'hébergement des touristes dans les Outre-mer se structure autour des hôtels, pensions de famille, résidences de tourisme, locations de vacances, chambres d'hôtes, gîtes ruraux, meublés touristiques, villages de vacances, etc. mais il peut aussi être non marchand : chez des ami.e.s ou de la famille.

De nombreux territoires ultramarins ont connu une forte réduction de leur capacité hôtelière depuis 2000. Comme l'indique le dernier rapport d'activité de l'IEDOM, « en **Guadeloupe**, la capacité hôtelière s'est développée dans les années 60-70 avec l'aménagement de la Riviera sud et la création de 2 000 chambres d'hôtel dans les communes de Gosier, de Sainte-Anne et de Saint-François. Ce développement, soutenu par les dispositifs de défiscalisation, s'est poursuivi au cours des années 80 et 90 pour atteindre en **Guadeloupe** continentale une capacité d'accueil de 4 460 chambres en 1999. Depuis 2000, la **Guadeloupe** a enregistré la fermeture de nombreuses unités. Cette tendance s'est accentuée avec la crise internationale

et le conflit social de 2009. La récente fermeture des hôtels Karibea, Manganao et Eden Palm (soit un total de 576 chambres) en 2015, réduit la capacité hôtelière de l'archipel et témoigne des difficultés du secteur ». En 2016, selon l'Insee, les établissements hôteliers répertoriés en **Guadeloupe** offrent 3 236 chambres, dont 20,4 % ne sont pas classés.

L'IEDOM constate le même phénomène en **Martinique**. Au cours des dernières années, le nombre d'hôtels et résidences hôtelières a diminué en raison notamment de difficultés financières prononcées. Selon l'INSEE, le nombre de chambres est ainsi passé de 7 722 en 2006 à 3 431 en 2014, puis à 3 143 en 2015 pour finir à 3 021 en 2016.

À **La Réunion**, la situation est sensiblement différente. Si le département a perdu presque un tiers de sa capacité hôtelière classée en presque dix ans, le parc hôtelier se reconstruit et se restructure.

À **Mayotte**, le parc hôtelier a connu une croissance régulière en 10 ans passant de 30 à 72 établissements entre 2000 et 2011 mais les difficultés sociales de 2011 se sont répercutées sur les structures et l'exploitation de ces établissements.

En **Polynésie française**, l'offre hôtelière s'appuie en 2016 sur une hôtellerie d'envergure internationale de 45 établissements qui disposent de 2 749 chambres. Elle est concentrée sur les îles de Bora-Bora, Tahiti et Moorea. Elle rassemble à la fois de grands groupes internationaux et des entreprises locales, comme la Financière hôtelière polynésienne ou Maitai.

La capacité hôtelière n'a cessé de croître jusqu'en 2009, dynamisée par les dispositifs de défiscalisation. Entre 2007 et 2010, avec la chute de la fréquentation touristique, la **Polynésie française** a pâti d'un effet ciseau (moins de touristes pour davantage de structures) qui a pesé sur la rentabilité des établissements et entraîné la fermeture de plusieurs hôtels emblématiques tel que le Hawaiki Nui à Raiatea en mars 2015. La clientèle de ces établissements est essentiellement constituée de touristes internationaux.

Les Outre-mer connaissent également la montée en puissance de l'économie collaborative dans le domaine des locations entre particulier.ère.s, et du développement de la plateforme, qui impactent déjà l'activité hôtelière dans ces territoires.

Si la question du foncier explique le manque de structures d'hébergement, l'évolution du tourisme n'a pas suffisamment été anticipée.

Dans les territoires ultramarins, certains hôtels ont vieilli tandis que d'autres ont été carrément laissés à l'abandon et sont devenus de véritables « verrues touristiques », comme le souligne Olivier Dehoorne à propos du site de la Pointe-du-Bout à la **Martinique**. L'évolution de la Pointe-du-Bout illustre ce processus de saturation de l'espace et de perte d'attractivité du territoire.

Construit sur une presqu'île inhabitée, ce lieu touristique était structuré par quelques hôtels internationaux ouverts sur des plages artificielles orientées vers la ville de Fort-de-France. Ce site, fleuron du tourisme martiniquais dans les années 1980, était apprécié des clientèles nord-américaines et françaises, plutôt cossues, qui évoluaient en toute sécurité dans un environnement privilégié réservé au tourisme international. Mais le site a vieilli, l'espace s'est raréfié devant la progression de l'urbanisation. En l'espace d'une quinzaine d'années, les nouvelles constructions, résidences permanentes et saisonnières, se sont accumulées

autour des hôtels. L'urbanisation sature ce lieu : encombrement, embouteillages, nuisances variées, autant de signes défavorables qui ont conduit les premier.ère.s investisseur.euse.s à vendre leurs hôtels dès la fin des années 1990.

3. Un modèle encore trop centré sur le tourisme balnéaire, dépendant de l'hexagone

Le tourisme Outre-mer s'est construit autour de l'image de plage paradisiaque, de sable fin, de soleil et de cocotiers. Ce modèle s'est développé et s'est structuré souvent le long des littoraux. Les chaînes hôtelières standardisées s'y sont implantées en s'appuyant sur leur capacité d'investissement : le Club Méditerranée en **Guadeloupe**, en **Martinique** et en **Polynésie** puis les Villages de vacances. La diversification des compagnies aériennes bénéficiant de la fin du monopole d'Air France et l'ouverture de lignes avec la province (Marseille, Lyon, Bordeaux, Toulouse) ont naturellement ciblé la clientèle hexagonale.

Ce schéma de fonctionnement, stimulé par les dispositifs de défiscalisation de l'investissement, a soutenu le tourisme ultramarin mais l'attractivité des îles voisines a fortement impacté la productivité touristique de ces territoires qui n'ont pas réussi à se diversifier. Alors qu'il fallait s'adapter à la clientèle internationale, l'offre et la promotion ont continué à cibler essentiellement l'Hexagone.

En effet, 80 % de la clientèle accueillie en **Guadeloupe** en 2016 proviennent de l'Hexagone, 66,3 % en **Martinique** en 2017, 80 % à **La Réunion** et 80 % en **Guyane** alors que les destinations voisines ont-elles, reçu une clientèle internationale diversifiée. À titre d'exemple, les touristes accueilli.e.s en République Dominicaine proviennent pour la majorité des États-Unis et du Canada. Sur 1,345 million de touristes reçu.e.s à l'île Maurice, plus de la moitié est en provenance de l'Europe notamment de France, d'Allemagne, de Grande-Bretagne, de Suisse, d'Italie, d'Autriche, de Belgique ou d'Espagne et les deux tiers des 780 209 touristes européen.ne.s ne viennent pas de l'Hexagone.

4. Les légitimes interrogations sur l'efficacité des dispositifs d'aides fiscales et sociales

Les handicaps dus à l'éloignement, aux conséquences structurelles et aux prix, ont incité les pouvoirs publics à élaborer des dispositifs permettant d'encourager les investissements. Depuis 1986, date des premiers instruments fiscaux, l'objectif consiste d'abord à réduire le coût des investissements des entreprises soit par des avantages directs, soit en incitant les épargnant.e.s hexagonaux.ales à soutenir les entreprises locales.

Le deuxième levier, qui ne s'applique pas aux collectivités d'Outre-mer (COM), réside dans la diminution du coût du travail, pour favoriser les embauches sur des territoires fortement touchés par le chômage et dont la majorité des structures sont des très petites entreprises ou des petites et moyennes entreprises (TPE/PME).

Le principal outil est l'exonération de cotisations patronales prévue par la Loi d'orientation et de développement économique Outre-mer (LODEOM) encore appelé exonération « LODEOM » accordée aux employeur.euse.s.

De nouveaux seuils d'exonération applicables depuis l'entrée en vigueur du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) complètent ce dispositif.

Les dispositifs d'aide à l'investissement ont évidemment permis de soutenir les investissements productifs, notamment dans l'hébergement touristique, l'aérien ou pour la réalisation de certaines infrastructures, malgré la lourdeur des procédures d'agrément.

Ces dispositifs ont engendré des « effets d'aubaine » et provoqué certains abus. De nombreuses constructions, notamment d'hôtels et restaurants, ont été revendues après avoir bénéficié d'aides fiscales à l'investissement, laissées à l'abandon ou en friche.

Toutefois, il faut rappeler que les professionnel.le.s auditionné.e.s ont fait état du fait que sans ces mesures, il.elle.s n'auraient pas pu développer leur activité économique de façon pérenne.

Les allègements de cotisations sociales ne se sont pas forcément traduits en embauches qualifiées et en recherche de professionnalisation.

Parallèlement à ces dispositifs, les collectivités territoriales et les grands opérateurs de l'État (Groupe Caisse des dépôts, Bpifrance) et les fonds européens *via* le Fonds européen de développement régional (FEDER) pour les régions ultrapériphériques (RUP) et le Fonds européen de développement (FED) pour les pays et territoires d'Outre-mer (PTOM) interviennent également dans le secteur touristique.

À titre indicatif, la **Guadeloupe** consacre environ 10 millions d'euros par an au développement du tourisme, la **Martinique** 13 millions et **La Réunion** 15 millions.

Hormis les dispositifs de défiscalisation, les enveloppes financières des collectivités sont souvent utilisées pour la promotion au détriment de la connaissance du secteur, des marchés pour construire des offres plus ciblées.

En 2014, dans son rapport relatif au tourisme en Outre-mer, la Cour des comptes soulignait notamment la « *lourdeur* » et l'« *instabilité* » des dispositifs d'aide mis en place par les exécutifs locaux, généralement adossés aux fonds européens, qui représentent une difficulté importante pour le secteur, en contribuant à rendre peu lisibles « *des dispositifs d'aide empilés dans des mesures nombreuses dont l'instruction, en l'absence de guichet unique, est répartie entre les services de l'État et la région* ».

En conclusion, les aides au secteur du tourisme doivent être évaluées à intervalle régulier, collectivité par collectivité, et réorientées par le gouvernement.

B - La dégradation de la compétitivité du tourisme Outre-mer et ses impacts à l'égard des économies insulaires

1. L'impact économique et social

L'absence de comptes satellites du tourisme rend l'analyse macroéconomique complexe. L'indisponibilité de ces données économiques est préjudiciable à la bonne appréhension par les acteur.trice.s politiques et économiques, mais aussi par les populations locales, du poids économique du secteur du tourisme. Elle rend également plus incertaine la définition de la stratégie touristique durable et sa mise en œuvre.

Si les données ne sont pas récentes, elles permettent d'avoir un aperçu du poids de l'industrie touristique dans ces territoires. La dernière évaluation du poids économique du tourisme en **Guadeloupe** est celle de 2005, où le secteur atteint 5 % du PIB régional, en baisse de 5 points par rapport à l'année 2000. Il est nettement plus faible que celui observé dans la plupart des îles caribéennes indépendantes où le tourisme représente 20 % à 50 % du PIB. À cette époque, le secteur du tourisme (Hôtel-restauration, activités récréatives, transport aérien et agences de voyages) compte 137 entreprises d'au moins 10 salarié.e.s et emploie 3 500 personnes. En 2013, le secteur compte 4 591 « entreprises d'activités variées » pour 4 700 emplois. Les dépenses des touristes sont estimées à 505 millions d'euros en 2013. En **Martinique**, le secteur compte 3 244 entreprises pour 8 942 emplois soit 7,2 % de l'emploi salarié en 2013. Les dépenses des touristes s'établissent à 299 millions d'euros à cette période.

À **La Réunion**, le tourisme employait 13 000 salarié.e.s qui représentent 7 % des effectifs salariés pour 4 700 entreprises, soit 9,8 % du tissu d'entreprises de l'île en 2013.

La **Nouvelle-Calédonie** a, quant à elle, connu une perte d'emplois dans le secteur entre 2010 et 2016, passant de 5 191 salarié.e.s en 2010 à 5 100 salarié.e.s en 2016 pour 358 entreprises.

La **Polynésie française** dispose, contrairement aux autres territoires, de données récentes. Celles-ci montrent la place prépondérante de l'industrie touristique dans l'économie de la collectivité. En 2016, le tourisme regroupe 2 900 entreprises et emploie 10 500 salarié.e.s, soit 17 % des effectifs salariés.

Comme dans l'ensemble des Outre-mer, le secteur de l'hôtellerie-restauration est le secteur le plus important de l'industrie touristique. Le tourisme a, depuis le pacte de progrès de 1995 au sortir de « l'économie nucléaire », été identifié par l'ensemble des acteur.trice.s politiques, économiques et sociaux.ales, de la **Polynésie française**, comme l'un des moteurs majeurs du développement de l'économie locale, pourvoyeur de l'essentiel des ressources propres du pays. L'industrie touristique a généré 41 milliards F CFP de recettes (soit environ 345 millions d'euros).

2. L'incapacité de contrer l'essor de la concurrence dans chaque bassin régional

L'expansion des modèles et les « *success stories* » de certains pays de la région se sont traduites par la diminution de la fréquentation dans les Outre-mer. S'il convient d'observer les expériences des pays voisins avec mesure car les cotisations et les coûts du travail sont plus élevés dans les collectivités françaises, il faut toutefois reconnaître l'attractivité et le dynamisme de ces îles. Ainsi, dans la Caraïbe, l'activité touristique est dominée par la République dominicaine, première destination touristique de la zone avec 6,55 millions de visiteurs en 2016 et 624 000 emplois directs et indirects pour des revenus d'environ 6,8 milliards d'euros. Malgré des offres d'hébergement insuffisantes, Cuba a accueilli 4 millions de touristes en 2016. Cet essor est accompagné par le gouvernement qui a adopté un plan en faveur du tourisme et permettant de recevoir l'investissement étranger.

Dans l'océan Indien, à Maurice, le développement du tourisme s'est opéré en trois grandes étapes. Principalement fréquenté par les Britanniques, après la seconde guerre mondiale, le pays s'est d'abord orienté vers un tourisme de luxe. Pour promouvoir la destination, le Vice-premier ministre Sir Gaëtan Duval a utilisé la visibilité des stars de cinéma et de la chanson. Maurice devient alors une destination de prestige. Mais l'accélération de l'industrie touristique se réalise dans les années 1980 avec des investissements conséquents. Parallèlement aux investissements dans de grandes structures hôtelières, Maurice a aussi construit des hébergements plus petits appelés « campements » (bungalow, chambres d'hôtes...). Aujourd'hui, le tourisme représente 8 % du PIB et a dépassé la barre du million de touristes par an. Ce chiffre s'explique par la diversification des activités telles que le tourisme médical, de croisière, de mariage (pour attirer une clientèle chinoise et indienne), sportif mais surtout en se lançant dans l'éco-tourisme.

Il faut rappeler que Maurice participe à la coopération avec **La Réunion, Mayotte**, Les Comores, les Seychelles et Madagascar, au concept des « Îles Vanilles », bénéfique pour le tourisme mauricien mais dont le bilan semble mitigé pour d'autres. L'archipel des Seychelles connaît également une émergence singulière. Ils ont accueilli, en 2016, 305 000 visiteurs contre 275 000 en 2015, principalement prisés pour ses offres balnéaires.

3. Des stratégies du tourisme en mal de mutation

Si les plans stratégiques pour certaines collectivités ou les Schémas de développement et d'aménagement touristique (SDAT) pour les DROM, ont identifié les axes dont la différenciation sur les marchés, le marketing, la préservation de l'environnement... ces stratégies s'appuient souvent sur les schémas des années 1990. De plus, la construction de plans stratégiques doit se fonder sur des indicateurs fiables et actualisés, or les observatoires du tourisme fonctionnent avec peu de moyens.

S'agissant des politiques de promotion, les Comités régionaux du tourisme (CRT) ou les Groupements d'intérêt économique (GIE) privilégient plus souvent la promotion que l'étude de marché, la veille concurrentielle ou encore l'analyse de la satisfaction des clients.

Enfin, en dépit des actions menées par Atout France et de ses conventions avec le ministère des Outre-mer, le secteur du tourisme en Outre-mer souffre du manque

d'ingénierie dans l'accompagnement de projets. Le Cluster tourisme Outre-mer dont la mission consiste à promouvoir les destinations ultramarines à l'étranger est encore trop en retrait et pas suffisamment offensif.

II - RÉPONDRE AUX DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX ET CLIMATIQUES EN CONVERGEANT VERS UN MODÈLE DE TOURISME DURABLE ÉCONOMIQUEMENT VIABLE

Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le tourisme durable s'entend comme : « *Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil* ».

« *Les principes de développement et les méthodes de gestion du tourisme durable sont applicables à toutes les formes de tourisme et tous les types de destination, y compris le tourisme de masse et les divers segments spécialisés. Les principes du développement durable concernent les aspects environnementaux, économiques et socioculturels du développement du tourisme et le but est de trouver le juste équilibre entre ces trois dimensions pour garantir sa viabilité à long terme.*

D'où il découle que le tourisme durable doit :

- *faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément clé du développement du tourisme, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité ;*
- *respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant, ainsi que leurs valeurs traditionnelles, et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles ;*
- *garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tou.te.s les acteur.trice.s des retombées socio-économiques équitablement réparties, notamment des possibilités d'emploi et de revenus stables, des services sociaux aux communautés d'accueil, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté. »*

A - Mettre l'identité des territoires au cœur des stratégies du tourisme

L'exemple des deux collectivités de **Saint-Barthélemy** et **Saint-Martin** touchées par l'ouragan Irma, montre la nécessité de s'adapter aux effets des changements climatiques. Les Outre-mer doivent se saisir de cet enjeu pour construire un nouveau modèle de développement touristique. Les défis sont nombreux : il s'agit de répondre à la question de la mobilité lorsqu'on est éloigné, de la gestion et de la préservation de l'eau, mais surtout de protéger l'exceptionnelle biodiversité qu'abritent les Outre-mer.

1. L'identité de chaque territoire pour construire des stratégies différenciées

Si l'identité est un sentiment personnel qui fait référence à ses origines, à son lieu de naissance, elle peut aussi se confondre en attachement collectif à un territoire. C'est-à-dire le lien que nous avons avec un territoire sur lequel se sont ou se construisent des souvenirs indélébiles.

Face à la concurrence exacerbée, chacun dans son environnement régional, les Outre-mer doivent se démarquer en déployant tout leur potentiel pour devenir des destinations durables.

La Guadeloupe

L'**Archipel de la Guadeloupe** a été désignée par l'UNESCO « réserve de biosphère », c'est-à-dire que les îles de **Guadeloupe** font partie des zones présentant l'un des taux de diversité biologique les plus importants au monde.

La faune est constituée de 38 espèces d'oiseaux. La Désirade est la première réserve naturelle à caractère géologique de l'Outre-mer. La **Guadeloupe** abrite une faune et une flore extrêmement riches, sur une surface de 62 hectares où les espèces rares et menacées sont protégées.

Le **Parc National de la Guadeloupe** protège la forêt la plus vaste des Petites Antilles. Le Parc National gère une réserve naturelle de 3 700 ha.

Les **Chutes du Carbet** sont les plus hautes chutes des Petites Antilles, d'une hauteur totale de 245 mètres. La **Soufrière** (1 467m) est le point culminant et l'un des volcans les plus actifs de cette région.

La Martinique

La **Martinique** est classée parmi l'un des « 34 *hot spots* de la biodiversité mondiale ». La **Montagne Pelée** (1 395 m), les **Pitons du Carbet** (1 197 m), ou encore la **Montagne du Vauclin** (504 m) sont les points culminants du territoire.

La **Martinique** compte deux réserves naturelles nationales : la **réserve** naturelle de la presqu'île de la Caravelle se compose de quatre îlets, Hardy, Perce, Burgaux et Poirier d'une superficie de 5,7 hectares. Elle constitue un des sites de reproduction d'oiseaux marins. La Presqu'île de la Caravelle est, avec celle de Sainte-Anne, la plus ancienne partie de la **Martinique**.

La **réserve naturelle des îlets de Sainte-Anne**. Cette réserve ornithologique est l'un des plus importants sites de nidification.

Citons également la Réserve biologique intégrale (RBI) de la Montagne Pelée, d'une superficie de 2 301,41 ha.

La Guyane

La **Guyane** est connue pour son extraordinaire forêt amazonienne et ses nombreux fleuves et ses mangroves. La réserve naturelle de l'Amana, située dans le Nord-Ouest de la **Guyane**, couvre quelques 15 000 hectares, s'étend de l'embouchure du fleuve Maroni

jusqu'à l'embouchure de la rivière Organabo. La faune se compose de mammifères dont les grands félins et reptiles de la forêt amazonienne. Les plages de **Guyane** font partie des sites les plus importants au monde pour la ponte de tortues marines. Les forêts couvrent en **Guyane** près de 8 millions d'hectares soit environ 96 % du territoire.

Mayotte

Le **parc naturel marin de Mayotte**, le lagon de **Mayotte** est le premier parc dans les outre-mer. Il abrite : 760 espèces de poissons différentes, et 22 espèces de mammifères marins, soit 1/4 de la diversité mondiale des baleines à bosses, des dauphins et des dugongs.

La Nouvelle-Calédonie

Le parc des Grandes Fougères est un site de recherche mondiale en biodiversité , et des botanistes, entomologistes ou encore des ornithologues y viennent du monde entier. Le Parc provincial des Grandes Fougères héberge sur 4 535 ha, une biodiversité exceptionnelle. Cette forêt tropicale humide abrite près de 500 espèces végétales, dont 70 % sont endémiques.

Une partie du lagon de **Nouvelle-Calédonie** a été inscrite au patrimoine de l'UNESCO en 2008. Cet ensemble protégé, réparti sur une superficie de 15 743 km², recèle une très grande diversité de formations coralliennes et constitue un sanctuaire pour la faune et la flore. Le récif néo-calédonien, quant à lui, s'étend sur une zone totale de plus de 23 400 km², répartie sur six sites.

La Polynésie française

Au cœur de l'océan Pacifique, les îles et atolls de **Polynésie française** hébergent une biodiversité exceptionnelle, marquée par une faune et une flore riches et diversifiées. L'archipel des Marquises au sein de la **Polynésie française**, composé d'une douzaine d'îles océaniques, est l'un des plus isolés au monde. Il possède des écosystèmes et une biodiversité terrestre et marine avec des paysages spectaculaires et de nombreuses espèces végétales et animales endémiques.

La Réunion

Les pitons, cirques et remparts de **La Réunion** sont entrés au patrimoine mondial en 2010. Le périmètre classé correspond à celui du Parc national de **La Réunion** soit environ 40 % de la surface de l'île. La Réserve naturelle marine de **La Réunion** couvre 3 500 hectares d'espaces maritimes dont 80 % de récifs coralliens, avec leur biodiversité extraordinaire (plus de 3 500 espèces animales et végétales), ces récifs constituent des patrimoines naturels, paysagers et culturels. Ce territoire compte deux volcans, le Piton des Neiges (3 069 m) et le Piton de la Fournaise (toujours en activité).

Saint-Pierre et Miquelon

L'isthme sédimentaire de Miquelon-Langlade couvre quelques 2 000 ha. Long de 12 km, il abrite des milieux naturels terrestres et aquatiques très divers, et l'archipel possède la seule forêt boréale française.

Wallis et Futuna

La biodiversité terrestre est très différente sur les trois îles. À 1,8 km de **Futuna** se trouve l'île d'Alofi, habitée ponctuellement, présente une forêt prédominante et un milieu majoritairement préservé.

Wallis présente des zones de mangrove, et une végétation littorale. La biodiversité marine est composée notamment de 648 espèces de poissons et de 178 espèces de coraux.

Parallèlement à ce patrimoine naturel, l'identité de ces territoires se raconte aussi par leur identité gastronomique, culturelle...

Aux Antilles, par exemple, la gastronomie se caractérise par le métissage de plusieurs cuisines et épices. Dans le Pacifique, elle mêle saveurs asiatiques et occidentales.

Les Outre-mer, tant par le carnaval (et le classement du Touloulou au patrimoine culturel immatériel national) que par le Centre culturel Tjibaou (imprégné de la culture mélanésienne), sont des territoires culturels. Le classement du maloya et du kwoka au patrimoine immatériel de l'Unesco et le marae Tapu-tapu-atea au patrimoine mondial sont des exemples supplémentaires.

Préconisation n° 1

Le CESE préconise de s'engager sur la voie du tourisme durable dans les Outre-mer en mettant l'identité culturelle et la richesse de la biodiversité des territoires au cœur de leur stratégie, portée par une véritable politique de recherche.

Le développement durable du tourisme doit s'inscrire comme un vecteur de dynamisation des économies insulaires. Des opportunités doivent être développées dans de nombreux secteurs tels que :

- l'agriculture, le développement de la production locale, la contribution aux circuits de proximité et la valorisation des produits du terroir ;
- la construction ;
- le secteur des énergies renouvelables ;
- l'artisanat.

2. Réformer le modèle ultramarin par une volonté politique forte, une large participation des acteur.rice.s concerné.e.s et une dynamique collective

Réorienter le modèle vers le tourisme durable dans les Outre-mer suppose une impulsion de l'État qui serait ensuite déclinée au niveau des territoires.

L'État définit la politique nationale du tourisme et les collectivités établissent les mesures concrètes dans les schémas régionaux de développement du tourisme et des loisirs pour ce qui concerne les DROM, à l'exception des COM et de la Nouvelle-Calédonie.

La convergence vers un tourisme durable dans les Outre-mer nécessite alors un pilotage interministériel qui pourrait se matérialiser par l'élaboration et la signature de contrats d'objectifs entre l'État (sous l'égide du Premier ministre, les ministres de l'Europe et des affaires étrangères, de la Transition écologique et solidaire, de l'Économie et des Outre-mer) et les collectivités d'Outre-mer.

Ainsi, l'État fixerait avec les collectivités, les grandes orientations ainsi que les lignes budgétaires pour basculer vers un modèle durable.

Au niveau local

Ce travail interministériel devrait également se poursuivre à l'échelle de chaque collectivité sous le pilotage des président.e.s de collectivités, des représentant.e.s de l'État (avec la participation des services concernés) et les élu.e.s des intercommunalités. Cette réunion pourrait prendre la forme d'un Forum stratégique du tourisme durable. L'idée consisterait alors, non pas à organiser une réunion d'information mais à associer les professionnel.le.s du tourisme, les représentant.e.s des chambres consulaires (CCI, chambres des métiers et de l'artisanat, chambres d'agriculture, représentant.e.s des compagnies aériennes) pour co-construire les stratégies et plans du tourisme durable.

Car l'objectif à long terme consiste à préserver les milieux naturels, gérer la prégnante question de l'eau, des déchets, organiser des transports peu polluants et favoriser le progrès social...

Ce forum se chargerait également d'élaborer les rapports d'évaluation pour suivre la progression des actions à mener.

Préconisation n° 2

Le CESE préconise au niveau national l'organisation d'une réunion interministérielle pour fixer les priorités d'élaboration des plans tourisme durable Outre-mer qui déboucherait sur la signature des contrats d'objectifs entre l'État et les collectivités ultramarines, dans le respect des compétences de chaque territoire.

Au niveau territorial, le CESE préconise la mise en place de Forums stratégiques du tourisme.

L'évolution de la gouvernance d'Atout France qui prévoit l'implication des exécutifs locaux dans un comité des partenaires doit aussi trouver une traduction pour les Outre-mer.

Préconisation n° 3

Le CESE préconise l'évolution des missions du Cluster tourisme Outre-mer. Dans sa nouvelle gouvernance, Atout France devra se doter d'un pôle Outre-mer. Ce pôle sera chargé de faire le lien avec les régions et les collectivités ultramarines pour appuyer les initiatives locales.

3. Réformer le modèle ultramarin en mettant en place des outils d'analyse, d'anticipation et de promotion des flux touristiques

Concevoir une stratégie de développement durable du tourisme suppose :

- de doter les observatoires du tourisme (ou d'en créer) d'outils d'analyse pour segmenter les marchés, cibler la clientèle et se positionner;
- de s'appuyer sur l'innovation.

Les Comités du tourisme ultramarins disposent de plateformes qui permettent de recenser l'offre et d'apporter de la lisibilité non seulement aux futur.e.s visiteur.euse.s mais également aux tour-opérateurs ou voyageurs.

À côté de ces outils, l'usage des solutions mobiles encore appelé le « m-tourisme », tend à croître dans certains territoires.

L'accroissement du numérique dans les Outre-mer constitue de formidables opportunités pour penser au développement durable.

Toutefois, l'expansion de l'innovation dans le tourisme est freinée par le déploiement de réseaux d'accès à Internet et mobile.

Malgré la mise en place, en 2013, du Plan France très haut débit, il n'en reste pas moins que de nombreuses zones blanches subsistent sur l'ensemble des territoires.

En dépit de ces insuffisances, les Outre-mer disposent d'écosystèmes particulièrement dynamiques. Ainsi, si on y dénombre plusieurs incubateurs et couveuses d'entreprises, plusieurs points restent à améliorer notamment :

- la faiblesse d'accompagnement des entreprises. Les start-up manquent d'accompagnement dans le montage des dossiers de financement, dans les levées de fonds, les stratégies « business et marketing ».
- la mise en réseau ;
- le manque d'investissement privé.

Préconisations n° 4

Le CESE préconise que les collectivités d'Outre-mer investissent dans les outils d'analyse et se dotent de comptes satellites pour mesurer le poids du tourisme dans les économies locales.

4. Mettre l'accent sur la formation et impliquer les populations à la démarche de tourisme durable

Les activités du tourisme durable sont créatrices d'emplois non délocalisables dans les Outre-mer. Elles font de plus en plus appel à des personnels qualifiés sur des territoires où les taux de chômage sont élevés.

En effet, comme le décrit le rapport qui accompagne cet avis, les offres de formation aux métiers du tourisme sont particulièrement nombreuses et dispersées entre les Agences nationales pour la formation professionnelle des adultes (AFPA), les Groupements d'établissements (GRETA), les lycées hôteliers, L'Agence de l'Outre-mer pour la mobilité (LADOM), les Instituts universitaires de technologie (IUT) et les universités.

Les besoins du tourisme ultramarin sont multiples :

- disposer de cadres et manager.euse.s pour diriger les structures hôtelières ;
- disposer de personnels dans l'ensemble des corps de métiers du tourisme ;
- renforcer la professionnalisation des prestataires d'activités touristiques et les accompagner dans le temps pour compléter et mettre à jour les acquis ;
- reconnaître et valoriser les métiers du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration.

La construction d'un modèle de tourisme durable exige de recenser les référentiels métiers et de clarifier les offres de formation.

Préconisation n° 5

Le CESE préconise qu'une mission de préfiguration sur chacun des territoires, clarifie les offres de formation, et les offres d'apprentissage.

Cette mission de préfiguration étudiera l'opportunité de créer à l'échelle de chaque territoire, un centre de formation aux métiers du tourisme. Ces établissements pourraient, en un lieu unique, former à l'ensemble des corps de métiers dont a besoin l'industrie touristique. L'objectif serait de permettre aux acteur.rice.s du tourisme de mieux identifier les métiers en fonction des besoins, de remettre de la cohérence dans les offres de formation, de disposer de personnels bien formés maîtrisant les langues étrangères. Il s'agit, alors, de mettre en place une structure de pilotage unique en charge du regroupement de toutes les formations aux métiers du tourisme *via* un co-pilotage avec les universités pour les formations en gestion, management et langues.

De plus, les offres de formation aux métiers du tourisme devront intégrer les problématiques du développement durable.

Préconisation n° 6

S'agissant de la mobilité, le CESE préconise que L'Agence de l'outre-mer pour la mobilité (LADOM), en lien avec Pôle emploi, assure davantage aux jeunes ultramarin.e.s qui partent en formation professionnelle pour obtenir une certification ou un diplôme relatif aux métiers du tourisme, une meilleure visibilité des offres d'emploi correspondantes dans les Outre-mer pendant la formation en mobilité.

Il s'agit d'améliorer l'information des ultramarin.e.s formé.e.s dans l'hexagone aux métiers du tourisme, de l'hôtellerie et la restauration sur les offres d'emploi de ce secteur disponibles dans leur territoire, afin de faciliter leur retour et de les accompagner dans leurs démarches, notamment s'il.elle.s souhaitent créer leur entreprise. Pôle emploi et L'Agence de l'Outre-mer pour la mobilité doivent contribuer à l'objectif de favoriser l'insertion professionnelle des jeunes ultramarin.e.s formé.e.s dans l'hexagone, dans leur territoire d'origine.

5. Impliquer la population au développement durable par la découverte de la biodiversité

Le tourisme dans les Outre-mer ne peut être durable et se développer que s'il emporte l'adhésion et la participation des populations de ces territoires. La mobilisation du secteur associatif devrait contribuer à sensibiliser l'ensemble de la population aux enjeux du tourisme durable. Permettre aux ultramarin.e.s d'être touristes de leur propre territoire ou d'autres territoires ultramarins, c'est aussi contribuer à la diffusion d'une culture d'ouverture aux touristes en démontrant qu'il.elle.s peuvent bénéficier aussi bien des retombées économiques du secteur que des activités mises en place.

Le tourisme dans les Outre-mer sera durable s'il favorise les relations entre les touristes et les populations locales. Or d'un point de vue social, la faible insertion des communautés locales et la contribution limitée du tourisme à l'amélioration des conditions de vie de la population ressortent du diagnostic de certains territoires ultramarins.

Le tourisme dans les Outre-mer sera durable si les populations locales prennent conscience de ses enjeux et de ses effets et sont informées et associées à l'élaboration des stratégies touristiques mises en œuvre. À titre d'exemple, le Conseil régional de **La Réunion** a suggéré la mise en place d'ateliers « participatifs » pour construire le prochain Schéma régional de développement touristique (SRDT). L'appropriation de ces stratégies par les ultramarin.e.s est d'autant plus indispensable qu'elles mettent l'accent sur l'environnement, la culture, l'accueil, etc. autant de domaines dans lesquels l'adhésion des populations est nécessaire.

Préconisation n° 7

Le CESE préconise que l'Initiative française pour les récifs coralliens (IFRECOR) et le Museum national d'histoire naturelle (MNHN) organisent des sessions d'information pédagogique pour les populations, les élu.e.s des intercommunalités et les professionnel.le.s du tourisme.

Sensibiliser les acteurs locaux à la richesse du patrimoine environnemental et de la biodiversité pour susciter leur adhésion, et de développer les aires marines éducatives par des partenariats entre l'Agence française de la biodiversité et les collectivités territoriales.

B - Construire un modèle durable, économiquement viable

1. Par l'investissement

Les outils de financement publics au service du tourisme ont beaucoup progressé ces dernières années grâce à l'engagement de la Caisse des dépôts et consignations (CDC), de la Banque publique d'investissement (Bpifrance) et de l'Agence française de développement (AFD). Ces outils de financement doivent toutefois s'orienter encore davantage vers l'essor du tourisme durable.

La CDC est une actrice de l'économie sociale et solidaire (ESS) et apporte sa capacité d'intervention sur l'ensemble des dimensions de l'offre touristique (infrastructures, aide aux collectivités, information et surtout connaissance des procédures de financement et d'ingénierie financière...), ainsi que sa capacité à prendre des risques et à construire des partenariats économiques avec d'autres investisseurs sur le temps long. Via sa plateforme d'investissement, la Caisse des dépôts et consignations finance des hébergements touristiques (construction ou rénovation d'hôtels...).

Le redéploiement des stratégies touristiques territoriales ultramarines vers un tourisme durable nécessiterait donc un accompagnement financier de la part de la Caisse des dépôts et consignations, et une réorientation des financements vers des mécanismes dédiés au développement durable.

Le fonds France investissement tourisme, géré par la Banque publique d'investissement (Bpifrance), vise à accompagner les transformations du secteur, stimuler l'innovation et accroître la compétitivité des entreprises du tourisme, dans une filière porteuse d'emplois et de rayonnement international.

Il a pour mission d'investir en tant qu'actionnaire minoritaire, des montants de 500 000 € à 5 millions d'€ en fonds propres ou quasi fonds propres, dans des entreprises du secteur touristique. Bpifrance réalise ainsi des prêts sans garantie « Prêt Croissance DOM », des prêts additionnels en complément des banques et aide à résoudre les problèmes de diagnostic et de garantie.

Enfin, l'Agence française de développement (AFD) a pour mission de contribuer à la relance de la croissance et de favoriser l'intégration régionale des Outre-mer. L'AFD accompagne les acteur.rice.s privé.e.s en finançant leurs investissements et en facilitant leur accès au crédit bancaire. Pour ce faire, l'AFD utilise la commercialisation de l'ensemble des produits de Bpifrance (garanties et prêts ou l'AFD agit en tant que prestataire), et des financements directs proposés aux entreprises et destinés essentiellement aux infrastructures et à la préservation de l'environnement.

De plus, les territoires ultramarins, régions ultrapériphériques (RUP) ou pays et territoires d'Outre-mer (PTOM), peuvent mobiliser les fonds européens qui leur sont alloués en faveur du secteur touristique. Ainsi le gouvernement polynésien a placé le secteur du tourisme parmi les axes majeurs de son projet de développement de l'économie polynésienne et proposé à la Commission européenne, en 2014, de concentrer le 11^e Fonds européen de développement (FED) sur ce secteur. Le Conseil territorial de **Saint-Pierre et Miquelon** a effectué la même démarche.

Lors du Comité interministériel du tourisme de janvier 2018, le gouvernement a annoncé des mesures pour renforcer les investissements structurels. Celles-ci prévoient notamment l'accompagnement des porteur.euse.s de projets.

Préconisation n° 8

Le CESE préconise que France tourisme ingénierie, la CDC et la future Agence nationale des territoires, accompagnent les collectivités ultramarines dans l'élaboration et la mise en place de plans en faveur du tourisme durable.

La microfinance qui regroupe micro-crédit, micro-assurance, finance solidaire et finance participative, peut permettre l'insertion économique et sociale de personnes exclues des services bancaires, et en particulier l'accès au crédit. Cette insertion signifie concrètement sortir du chômage, ne plus être tributaire de minima sociaux et créer son emploi en finançant une activité de commerce, de services ou dans le secteur agricole. Le financement de projets relevant du tourisme durable peut être assuré par la microfinance.

2. Par des politiques d'incitation

Comme rappelé dans l'avis, les dispositifs d'aide à l'investissement en vigueur dans les Outre-mer ont eu des conséquences positives mais aussi négatives dans le secteur du tourisme.

Par l'intermédiaire de la ministre des Outre-mer, le gouvernement a annoncé « la remise à plat des dispositifs d'aides aux entreprises ciblés et adaptés aux défis de l'économie ».

Préconisation n° 9

Le CESE préconise de bonifier les taux d'aide à l'investissement sur la base de critères de développement durable.

Ces dispositifs d'aide doivent s'accompagner, dans le secteur touristique, d'un volet social soutenant l'embauche, le maintien de l'emploi, la formation professionnelle initiale et continue, notamment sous les différentes formes d'alternance ou d'apprentissage...

Préconisation n° 10

Le CESE préconise que les entreprises de transport aérien et maritime qui assurent des liaisons vers les territoires d'Outre-mer incitent leur.e.s client.e.s à compenser le coût carbone de leurs voyages par un don à une association locale œuvrant pour la protection de l'environnement. Les compagnies s'engageraient à abonder ce don de façon équivalente.

3. Par la labellisation et la reconnaissance internationale

Afin d'améliorer leur visibilité à l'international, les Outre-mer devraient davantage promouvoir les labels touristiques internationaux. A titre d'exemple, créé en 1992, **l'Écolabel européen est le seul label écologique officiel européen** utilisable dans tous les pays membres de l'Union européenne. Il est délivré, en France, par l'Association française de normalisation (AFNOR Certification). C'est une marque volontaire de certification de produits et services. Il repose sur le principe d'une « *approche globale* » qui « *prend en considération le cycle de vie du produit à partir de l'extraction des matières premières, la fabrication, la distribution, et l'utilisation jusqu'à son recyclage ou son élimination après usage* ». Il est applicable depuis 2003 au tourisme. Il prend en compte la consommation d'eau et d'énergie, les déchets, l'utilisation de ressources renouvelables, la qualité et l'éducation en matière d'environnement.

De même, « **la Clef Verte** » est un label international qui récompense les hébergements touristiques pour leur dynamisme en matière de gestion environnementale. Les exploitant.e.s touristiques peuvent se tourner vers ce label, qui est volontaire, et qui est attribué chaque année par un jury indépendant. Les critères sont communs à tous les pays. À titre d'exemple, en **Guadeloupe**, à la fin de l'année 2016, sept hébergements touristiques bénéficient du label Clef Verte et deux de l'Ecolabel européen.

Le Passeport Vert est un projet international initié par le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE), dont l'objectif est de créer des destinations d'excellence sur le plan du tourisme durable, reconnues au niveau international et qui proposent des expériences nouvelles et responsables tant aux acteur.rice.s touristiques qu'aux visiteur.euse.s.

Les bénéfices attendus de la démarche Passeport Vert sur un territoire sont nombreux : mise en place de circuits courts, maîtrise des impacts environnementaux de la filière touristique, création d'offres innovantes pour les touristes, communication, réduction des coûts pour les acteur.rice.s du privé, création d'emplois locaux, etc.

Préconisation n° 11

Le CESE préconise que l'État et les collectivités poursuivent et amplifient la politique de labellisation des initiatives touristiques durables présentes en Outre-mer.

Saint-Martin et Saint-Barthélemy : comment reconstruire l'activité touristique après un phénomène climatique exceptionnel ?

Les Outre-mer sont directement exposés aux effets du réchauffement climatique, comme nous avons pu le constater récemment à **Saint-Barthélemy** et **Saint-Martin**. Ces événements climatiques risquent de devenir de plus en plus fréquents et il est indispensable que l'ensemble des collectivités et l'État soient en capacité d'en prévenir les conséquences sur le tourisme, et de mieux prendre en compte la notion de capacité d'accueil de ces territoires à risques.

Il faut prendre la pleine mesure de ces catastrophes naturelles sur les plans économique et social dans ces territoires isolés. Après le passage d'Irma, 7 000 personnes ont quitté **Saint-Martin** (plus de 9 % des habitant.e.s) et les plus vulnérables n'ont pu que subir les lendemains de crise (avec de l'électricité intermittente et sans eau courante). Les coûts des pertes de revenus et d'emplois sont considérables pour les économies locales. Il faut rappeler ici que 28 % des Saint-Martinois.e.s et 37 % **des Saint-Barth travaillaient dans le secteur du tourisme avant les événements climatiques**.

Il s'agit donc de tirer les enseignements de ces derniers événements au-delà du cas des **Antilles du Nord**. Le déploiement immédiat de mesures d'accompagnement appropriées doit permettre de limiter l'ampleur des dommages économiques et sociaux et contribuer à une relance économique dans les meilleurs délais. L'État peut mettre en place des aides de trésorerie, par exemple sous la forme de moratoires sur les cotisations sociales et fiscales ou d'une aide exceptionnelle aux entreprises. Mais la reconstruction nécessite de mobiliser toutes les sources de financements possibles (nationale, européenne, privée). L'accompagnement de la reprise économique nécessite un soutien privilégié aux entreprises locales touristiques, industrielles et commerciales. Des dispositifs de chômage partiel permettent de les soutenir dans cette phase de reconstruction. Ensuite, les contrats de reconstruction doivent soutenir les entreprises et les emplois locaux.

Il convient, notamment du côté des pouvoirs publics, de veiller d'une part au maintien de la salubrité, de la sûreté et de la tranquillité publiques de ces territoires, et d'autre part, d'améliorer la communication de crise afin de protéger l'image des destinations touristiques ultramarines. Il conviendrait que les autorités publiques adoptent une communication pédagogique et rassurante qui permette de faire revenir les touristes une fois la crise aigüe dépassée. Pour cela, un savoir-faire spécifique doit être mis en œuvre en matière de communication basé sur la réactivité et la gestion des épisodes médiatiques successifs. Certaines images de solidarité peuvent permettre d'atténuer l'impact négatif provoqué par les images de destructions. Il conviendrait aussi de montrer la force et la résilience des territoires et, pour cela, impliquer largement l'ensemble des acteur.rice.s locaux.ales dans la communication, y compris les habitant.e.s eux.elles-mêmes, mais aussi les blogueur.euse.s et les réseaux sociaux, afin d'éviter absolument les risques de polémique qui dégradent une image longuement bâtie. De même, il est nécessaire de doter les Outre-mer d'outils de communication adaptés pour gérer l'information relative aux situations de crise en coordination avec les acteur.rice.s concerné.e.s (Agence régionale de santé, ministères en charge de la santé, des Outre-mer, etc.), collectivités et services de l'État.

Ces phénomènes climatiques exceptionnels sont l'occasion de repenser l'aménagement territorial des Outre-mer et de reconstruire des modèles touristiques exemplaires qui s'inscrivent dans une démarche durable. Ils doivent à la fois prendre en compte les aléas et les vulnérabilités environnementales, désormais connus et dont les effets devraient s'accroître, et placer les entreprises et les populations locales au cœur du développement.

Conclusion

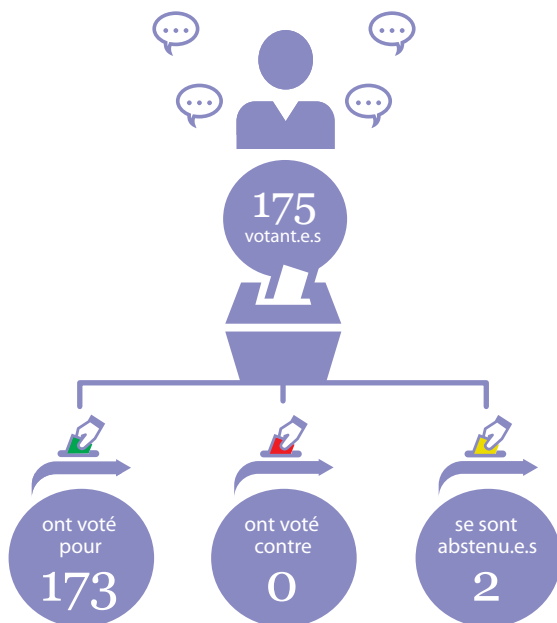
Le tourisme durable dans les Outre-mer pourrait s'inspirer du modèle costaricien, souvent cité pour son exemplarité. Celui-ci allie une offre touristique classique avec une offre durable basée sur une multitude de structures locales, souvent familiales, réparties sur tout le territoire, en lien avec des parcs naturels valorisant l'extraordinaire biodiversité de ce pays. En effet, la démarche du tourisme durable ne conduit pas nécessairement à se substituer à une offre commerciale, mais à créer les conditions permettant l'émergence d'une offre diversifiée (orientée vers le tourisme de nature, rural, l'éco-tourisme, l'agritourisme, le tourisme de culture, gastronomie, spiritourisme...), plus différenciée, et qui peut être complémentaire des autres formes de tourisme. Ainsi, il ne s'agit pas de limiter les arrivées de touristes mais de les gérer en fonction d'une capacité d'accueil, de mieux les répartir sur l'année, d'allonger la durée de séjour, et de les partager sur les territoires.

Comme l'a montré l'exemple du Costa Rica, la démarche de développement du tourisme durable est une entreprise de longue haleine, qui s'inscrit dans une perspective de plusieurs années, voire de décennies. Il s'agit de mobiliser sur le long terme, l'ensemble des acteurs. rices socio-professionnel.le.s du tourisme, les élu.e.s et la population, pour susciter une adhésion aux principes du tourisme durable. La démarche doit prendre en compte le progrès social généré, qui comprend le bien-être de la population et la répartition des richesses dans la société. L'expérience costaricienne a montré que la gestion participative, consensuelle et décentralisée du développement touristique est la clef du succès pour changer de modèle. Ainsi, un conseil de développement touristique durable a été créé au Costa Rica, incluant une participation citoyenne, des représentant.e.s des activités économiques, de la société civile et de l'État, chargé d'éclairer les décisions. Un Plan national du tourisme 2017-2021 sert à coordonner les initiatives des différent.e.s acteur.rice.s. L'État soutient économiquement les entreprises responsables et accorde des avantages fiscaux importants sur la base de certificats environnementaux.

Comme nous l'avons montré au cours de nos travaux, la résilience de nos territoires nous oblige à nous engager sur cette voie qui sera forcément longue mais impérative pour s'adapter aux effets du réchauffement climatique, davantage dans nos territoires, aux avant-postes des changements environnementaux.

Scrutin

Sur l'ensemble du projet d'avis présenté par Inès Bouchaut-Choisy



L'ensemble du projet d'avis a été adopté au scrutin public
lors de la séance plénière du Conseil économique, social et environnemental
le 28 mars

Rapport

présenté au nom de la délégation à l'Outre-mer

PROMOUVOIR LE TOURISME DURABLE DANS LES OUTRE-MER

Inès Bouchaut-Choisy

Introduction

Pour l'Organisation mondiale du tourisme¹ (OMT), « *le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes² ou des excursionnistes³ [présence inférieure à 24 heures], des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques. Le tourisme a donc des répercussions sur l'économie, sur l'environnement naturel et bâti, sur la population locale de la destination et sur les touristes eux-mêmes.*⁴ » Le tourisme apparaît donc comme une activité qui favorise la création d'emplois et le développement local. Il repose sur la promotion et la valorisation des ressources naturelles, historiques, culturelles et sociales. Dans les outre-mer, le tourisme représente un secteur particulier tant en termes d'image que par les leviers de développement qu'il représente.

Dans les Outre-mer, le tourisme connaît une situation paradoxale : alors que l'on vante les atouts exceptionnels, les populations et les cultures plurielles, la qualité des ressources naturelles, la richesse de la biodiversité, la diversité et la singularité des patrimoines de chacun de ces territoires, les résultats de l'activité touristique sont contrastés et insuffisants. Le secteur touristique, qui est l'un des moteurs de la croissance les plus prometteurs pour les économies d'Outre-mer, ne contribue pas suffisamment à leur produit intérieur brut (PIB). Cette situation est d'autant plus difficile à accepter dans une conjoncture où ces territoires sont confrontés à des réalités économiques difficiles.

Parmi les nombreux rapports, le Rapport public annuel 2014 de la Cour des comptes dans ses observations⁵ recommande pour le tourisme en Outre-mer « *un indispensable sursaut* ». Il fait le constat que le tourisme représente un levier de croissance pour les économies d'Outre-mer qui, le plus souvent, connaissent un taux de chômage élevé. Le secteur touristique est porteur de solutions pour les économies d'Outre-mer. **Il est même qualifié d'atout fondamental dans ce rapport. Incontestablement, le tourisme devrait être au cœur des stratégies de développement de ces territoires et s'inscrire dans une perspective durable.**

Or, la situation du secteur touristique dans les territoires d'Outre-mer est globalement insatisfaisante. Après avoir connu une croissance régulière lors des dernières décennies du XX^e siècle, l'activité a commencé à marquer le pas à partir de la fin des années 1990 et du début des années 2000. Le modèle vieillissant est alors confronté à ses limites internes et à de vives concurrences internationales.

1 L'organisation mondiale du tourisme (en anglais *World Tourism Organization* [UNWTO]) est une institution spécialisée des Nations unies destinée à promouvoir et développer le tourisme.

2 Le touriste est un.e visiteur.euse qui passe au moins une nuit (et moins d'un an) hors de son environnement habituel, Mémento du tourisme, édition 2016, Direction générale des entreprises.

3 L'excursionniste est un.e visiteur.euse qui ne passe pas de nuit hors de son environnement habituel.

4 Comprendre le tourisme, glossaire de base, site internet de l'Organisation mondiale du tourisme.

5 Cour des comptes, Rapport public annuel 2014, tome I, Les observations, volume I-1, Les finances publiques, les politiques publiques, chapitre V – Tourisme, « *Le tourisme en outre-mer : un indispensable sursaut* », février 2014.

D'où l'acuité de la réflexion qui s'ouvre : il est impératif de tenir compte du contexte actuel, nouveau, complexe, dont il convient de prendre la mesure.

La concurrence des îles voisines, le plus souvent moins chères est souvent évoquée. L'argument doit être pris en compte, mais l'explication n'est que partiellement valable : certaines destinations voisines de nos territoires d'Outre-mer ont opté avec succès pour un tourisme de standing, avec des prestations plus élevées. D'autres facteurs explicatifs sont avancés comme la qualité des prestations dont le rapport qualité/prix est loin d'être optimal. Cet argument mérite également d'être examiné, mais sans doute est-il davantage la conséquence (que la cause) d'une dynamique qui s'essouffle, d'un modèle qui s'éteint.

Les regards se portent alors sur les « *difficultés structurelles de l'outre-mer, en particulier des interventions peu dynamiques des collectivités et, de façon générale, une action publique souvent inefficace* »⁶. Autant de pistes explicatives de la situation de crise du moment qui méritent d'être considérées, et qui en premier lieu, doivent nous interpeller sur les modèles de développement touristique des différents territoires d'Outre-mer, les cadres opérationnels, les accompagnements, la gouvernance, dans une perspective de durabilité.

Les derniers cyclones qui ont frappé les îles de Saint-Barthélemy et de Saint-Martin nous rappellent la grande vulnérabilité de nos territoires d'Outre-mer face aux catastrophes naturelles et, subséquemment, l'importance d'inscrire les stratégies de développement de ces territoires dans la durabilité. Et, au premier rang des activités qui soutiennent ces économies, il faut repenser les modèles de développement touristique qui doivent être porteurs de croissance et de bien être pour les Outre-mer.

Dès le départ, nous insistons sur le postulat d'un développement touristique durable au service des territoires d'accueil, qui soutient le développement économique, social et environnemental des Outre-mer. Cette conception du développement touristique et durable doit pleinement impliquer les populations des Outre-mer pour que la valeur ajoutée, les emplois et les activités soient inscrits dans ces territoires et contribuent de façon pérenne à leur développement. **Ainsi, par tourisme durable, il ne s'agit pas uniquement d'envisager un mode de développement touristique respectueux des milieux naturels et de la biodiversité des territoires d'accueil. Le tourisme durable est entendu comme un outil de développement au service des territoires et sociétés d'accueil.**

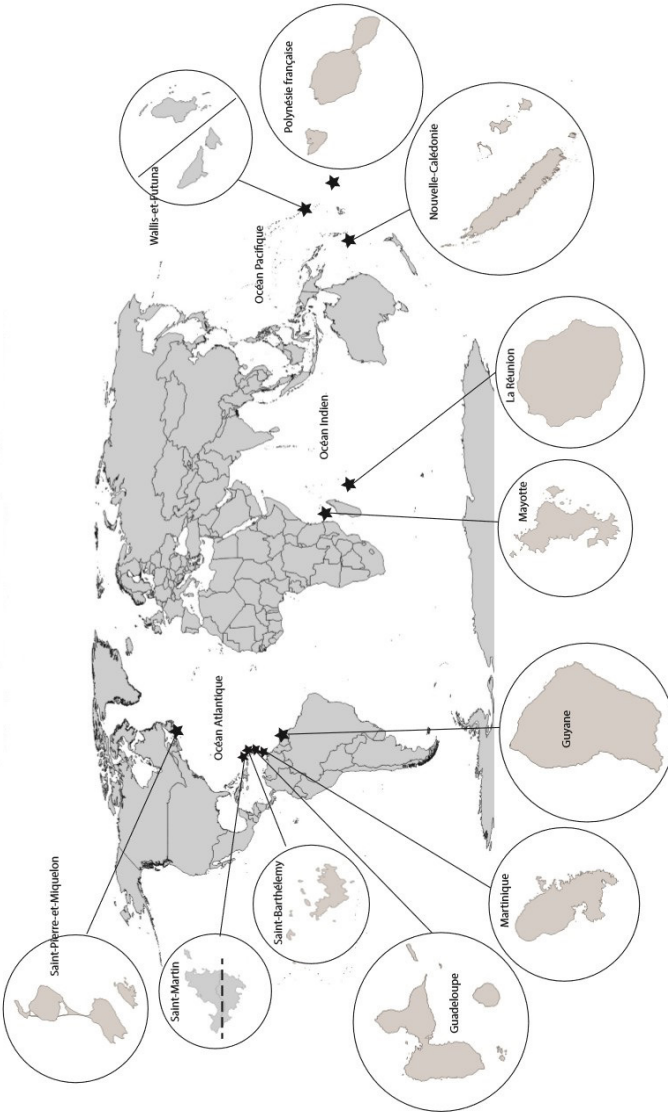
Les Nations unies ont décrété que l'année 2017 serait l'Année internationale du tourisme durable pour le développement. Comme le soulignait Afonso Maria Dastis⁷ « *le tourisme durable figure dans le Programme 2030 comme un vecteur du développement, de la création d'emplois et de la promotion de la culture et des produits locaux. Le tourisme, qui fait partie des objectifs de développement durable, contribue de manière décisive à la quasi-totalité des 17 objectifs de par ses effets dans les domaines de la lutte contre la pauvreté, la promotion d'emplois décents, l'amélioration de l'égalité entre les sexes et des moyens de subsistance des jeunes ou encore la lutte contre les changements climatiques* ».

6 Cour des comptes, Rapport public annuel 2014, tome I, Les observations, volume I-1, Les finances publiques, les politiques publiques, chapitre V – Tourisme, « *Le tourisme en outre-mer : un indispensable sursaut* », p. 401, février 2014.

7 Déclaration du ministre espagnol des Affaires étrangères et de la coopération lors du coup d'envoi de l'Année internationale du tourisme durable pour le développement, le 19 janvier 2017.

Ainsi, à la lumière des différents indicateurs tels que le réchauffement climatique, auquel les Outre-mer sont particulièrement exposés, et la crise du secteur que les politiques publiques n'arrivent pas à surmonter, comment ces territoires peuvent-ils repenser le tourisme pour relancer un modèle à bout de souffle.

Carte n° 1 Les territoires français d'Outre-mer



Source : droits réservés.

I - ÉTAT DES LIEUX DU TOURISME DANS LES OUTRE-MER

A - Le tourisme dans les Outre-mer

1. L'histoire du tourisme dans les Outre-mer basée sur la recherche permanente de la massification

Né au XVIII^e siècle avec la pratique du Grand Tour⁸, mais aussi dans un but thérapeutique, le tourisme n'a pas cessé de se développer, jusqu'à devenir aujourd'hui un phénomène de masse à l'échelle mondiale⁹. L'Europe et les États-Unis ont été les berceaux du tourisme, au rythme de l'industrialisation. Dès 1841, Thomas Cook créa la première agence de voyages. Au rythme de l'enrichissement économique, les pratiques touristiques se sont intensifiées et diffusées dans le monde, du chemin de fer à la voiture individuelle, du paquebot à l'avènement de l'industrie des transports aériens... Les territoires ultramarins s'inscrivent dans cette histoire planétaire du tourisme, entre leurs relations privilégiées avec la métropole et ponctuellement la curiosité de quelques visiteurs régionaux, tels les Nord-Américains dans les îles françaises de la Caraïbe. Ce sont des confins touristiques qui se sont ouverts plus ou moins vite au tourisme international, principalement à partir de l'essor des vols charters qui donnaient une meilleure accessibilité à ces territoires méconnus.

Climatisme et thermalisme au XIX^e siècle dans les Outre-mer

Dans son ouvrage *Les cocotiers de la France, tourisme en Outre-mer*, l'universitaire Jean-Christophe Gay¹⁰ rappelle que la colonisation a été un moteur important de la diffusion du tourisme dans le monde.

Les prémices de la villégiature et du thermalisme se sont initiées dans certains territoires ultramarins par les colons dès le XIX^e siècle. Ces pratiques sont alors motivées par la recherche de la fraîcheur des montagnes, notamment lors de la saison chaude et sèche (dite « carême »). Ils s'installent dans quelques lieux de villégiature privilégiés à partir desquels vont se construire les noyaux de quelques stations thermales. Ainsi, « *les cirques de Salazie et de Cilaos à La Réunion accueillent les premiers curistes aisés. [...] En Guadeloupe, les sources thermales de Dolé, sur la commune de Gourbeyre, ont été exploitées dès le début du XIX^e siècle. [...] En Martinique, les fontaines Didier, Moutte et Absalon furent exploitées à partir des années 1920. Il faut attendre 1946 pour que la station thermale de la Crouen, sur la commune de Canala en Nouvelle-Calédonie, ouvre ses portes*¹¹. » Les Outre-mer disposent toujours de sites

8 Le Grand Tour consistait en un voyage éducatif de plusieurs années, réservé aux jeunes hommes promis à des postes à responsabilité. Initié par les Anglais, il devint l'apanage d'une élite masculine partie à la découverte des sources de la civilisation européenne.

9 Philippe Duhamel, professeur de géographie à l'université d'Angers, « L'avènement des pratiques touristiques et leurs dynamiques contemporaines », in *Cahiers français « L'industrie du tourisme »*, n° 393, juillet-août 2016.

10 Entretien de Mme Bouchaut-Choisy avec M. Jean-Christophe Gay, le 25 mai 2016. Jean-Christophe Gay, *Les cocotiers de la France, tourisme en Outre-mer*, Éditions Belin, 2009, p. 14.

11 Jean-Christophe Gay, *Les cocotiers de la France, tourisme en Outre-mer*, Éditions Belin, 2009, pp. 15 et 16.

naturels favorables au tourisme de santé. Les établissements ont disparu en **Martinique**¹², mais quelques équipements sanitaires intéressants à **La Réunion** (les thermes de Cilaos) et en **Guadeloupe** (Saint-Claude Matouba-Papaye) pourraient être davantage valorisés dans le cadre d'une offre touristique spécifique. **La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action que le tourisme de santé soit soutenu dans les Outre-mer.**

Une fréquentation touristique confidentielle jusque dans les années 1950

Comme l'explique Jean-Christophe Gay, dès « *la fin du XIX^e siècle, les Antilles françaises voient arriver les premiers Étasuniens qui voyagent sur des courriers mixtes et qui débarquent notamment pendant la période du carnaval. La catastrophe de la montagne Pelée (1902) n'est pas étrangère au développement de l'escala martiniquaise avec la visite de Saint-Pierre, considérée comme la 'Pompéi de la Caraïbe'* ». Au cours de la première moitié du XX^e siècle, les flux de croisiéristes sont estimés entre 5 000 personnes en 1926 et 11 000 en 1937. Dès 1936, le Comité du tourisme martiniquais est créé. Dans le Pacifique, l'histoire de l'imaginaire touristique prend naissance avec les œuvres de Gauguin : son premier voyage en 1891, puis son retour en 1895, sa quête d'une « vie primitive préservée », et ses représentations des Tahitiennes sur la plage. **Tahiti** devient alors l'objet de l'exotisme absolu dans l'imaginaire des Européen.ne.s, des représentations picturales enracinées et entretenues, des clichés simplificateurs... Les balbutiements du tourisme s'annoncent dans les années 1920 en Océanie, en **Nouvelle-Calédonie** « de 1928 à 1937, 7 000 à 8 000 croisiéristes, en majorité des Australiens, visitent Nouméa, grâce aux navires des Messageries maritimes et de l'Orient Line (Chevalier L. 2005¹³) ». La présence sur l'île de Bora-Bora, entre 1942 et 1946, des troupes étasuniennes, qui en font leur base de ravitaillement dans le Pacifique Sud, a joué un rôle déterminant dans l'essor de cette île en tant que destination touristique. La piste d'aéroport construite par les États-Unis permet l'ouverture d'une liaison Paris-Bora-Bora dès 1958. En 1961, le premier hôtel est ouvert au sud de l'île : il compte 18 bungalows de luxe et accueille régulièrement des stars hollywoodiennes qui contribuent à établir l'image de la destination¹⁴.

Un développement touristique à partir des années 1950 qui s'accélère dans les années 1970

Au début des années 1950, la fréquentation touristique dans les Outre-mer est réservée à quelques élites. Le tourisme va se développer à partir de ces années sous l'action de l'État et grâce aux progrès des transports aériens. La construction de véritables infrastructures aéroportuaires rapproche ces territoires de la France hexagonale et les ouvre sur le monde. Jusqu'aux années 1960, le tourisme ne figurait ni dans les priorités de la politique sociale de l'État, ni dans celles de la planification économique. Le IV^e Plan (1962-1965) marque une rupture avec cette absence d'intérêt, le tourisme devient un axe important de la politique d'aménagement y compris dans les territoires ultramarins. L'État impulse cette politique d'aménagement avec la Mission interministérielle pour le développement du tourisme des

12 <http://www.martinique.franceantilles.fr/actualite/societe/une-ville-malade-de-son-thermalisme-238629.php>.

13 Jean-Christophe Gay, *Les cocotiers de la France, tourisme en Outre-mer*, Éditions Belin, 2009, p. 16.

14 Institut d'émission d'Outre-mer (IEOM), *Polynésie française 2015*, édition 2016, p. 105.

départements et territoires d'Outre-mer. L'objectif est de doter les Outre-mer d'une véritable offre hôtelière et d'entreprendre les aménagements touristiques indispensables. Le tourisme vient à la rescousse de l'économie de plantation en difficulté, notamment dans le secteur de la canne à sucre. Les territoires des Antilles connaissent des tensions sociales, sur fond de chômage, de sous-emploi d'une jeunesse qui n'a d'autres perspectives que l'émigration. « *Le tourisme s'impose progressivement comme la meilleure voie de développement. [...] C'est principalement dans le cadre du VI^e Plan (1971-1975) que la **Martinique** et la **Guadeloupe** se dotent d'une infrastructure hôtelière de standard international*¹⁵ ».

Ces premières décennies de développement du tourisme dans les territoires ultramarins furent portées par les pouvoirs publics, sur la base d'un modèle touristique uniforme : une offre balnéaire, classique, centrée sur la plage, les cocotiers, mais dans un contexte où l'offre internationale était relativement limitée. Mais ce modèle touristique a vieilli et s'est heurté à la concurrence internationale dès la fin des années 1990. De nouvelles destinations s'imposent sur la scène internationale, telles Cuba et la République dominicaine.

Un secteur touristique en crise depuis le début des années 2000

L'expansion du secteur touristique dans les Outre-mer se poursuit pendant les années 1980 et 1990, soutenue notamment à partir de 1986 par la Loi de finances rectificative du 11 juillet 1986 (dite « loi Pons ») qui a pour intention de favoriser, *via* la défiscalisation, les investissements dans des secteurs considérés comme prioritaires pour les Outre-mer dont le tourisme en contrepartie d'une réduction ou d'une exonération d'impôt. Cette expansion subit un coup d'arrêt au début des années 2000. Le secteur touristique est depuis en difficulté, notamment après la crise économique et financière de 2008 même si des signes encourageants sont visibles depuis quelques années.

Les difficultés touristiques relèvent à la fois d'aspects structurels et conjoncturels. Les hôtels qui ont fait la réputation de ces destinations dans les années 1970-1980 apparaissent vétustes. Ils sont souvent cernés par une urbanisation mal contrôlée, synonyme d'embouteillage et autres nuisances urbaines, qui précipitent leur déclin. Ce sont, par exemple, les urbanisations le long du littoral méridional de la **Guadeloupe** ou de la **Martinique**. Le modèle est usé. Il en résulte une dépréciation indéniable de ces destinations qui ne sont pas en mesure de répondre à la concurrence internationale qui s'impose redoutablement à partir des nouvelles destinations émergentes. À la perte de compétitivité de ces destinations d'Outre-mer, s'ajoutent des phénomènes sociaux, ponctuels, comme ce fut le cas lors des grèves de 2009. La chute de la fréquentation touristique fut de 16 % en **Guadeloupe** lors de ces événements. Vieillessement des structures, perte de compétitivité, faible participation des populations locales, dans un contexte de concurrence internationale, ces destinations sont alors confrontées à ce qu'il est convenu d'appeler une crise touristique. La **Guadeloupe** ne comptait plus que 3 000 chambres dans 65 établissements hôteliers classés en 2012 contre 4 500 chambres et 129 établissements en 2000.

¹⁵ Jean-Christophe Gay, *Les cocotiers de la France, tourisme en Outre-mer*, Éditions Belin, 2009, pp. 19 et 20.

Le modèle d'un tourisme essentiellement tourné vers l'extérieur, y compris sa gouvernance, construit à partir des années 1970, est usé. Il a contribué au développement et à la modernisation des territoires ultramarins, mais il faut désormais envisager un autre tourisme, réellement inscrit dans ces territoires, autour de centres d'intérêt diversifiés (ne se confinant plus à la plage), en impliquant pleinement les populations locales. Il faut repenser les pratiques touristiques dans les Outre-mer dans une perspective durable, avec l'implication des ultramarin.e.s.

2. La dimension économique de l'activité touristique pour les territoires ultramarins

Qu'on le mesure à sa part dans le PIB ou au nombre d'emplois qui en relèvent, le secteur du tourisme est un facteur important de création de richesses tant au plan national qu'au niveau des Outre-mer. Dans ce secteur, le retour sur investissement serait plus rapide que par rapport à d'autres secteurs (pharmacie, sidérurgie, etc.) et l'effet levier sur l'emploi serait plus fort. Le poids du tourisme dans l'économie de chacun des territoires ultramarins reste cependant complexe à mesurer notamment en raison des difficultés à identifier avec précision les gammes de produits et de services qui sont offerts et à analyser le tourisme des ultramarin.e.s dans leur propre territoire (tourisme dit domestique ou interne). Le poids du tourisme est estimé en observant les activités qui concourent à la satisfaction de la demande d'un.e visiteur.euse pour un voyage et pendant ce voyage. Sont concernées les activités d'hébergement, de restauration, mais également les activités de transports, de location automobile, d'agences de voyages et les activités culturelles, sportives et récréatives. Cet ensemble constitue l'industrie touristique.

Poids du tourisme dans le PIB

Part du tourisme dans le PIB ou la valeur ajoutée en France

La consommation touristique intérieure en France métropolitaine représente 7,4 % du PIB en 2014. Les deux tiers sont consommés par les touristes français.e.s et un tiers par les non-résident.e.s. Dans un article intitulé *La place de l'industrie touristique dans l'économie française*¹⁶, Gilles Caire indique qu'en 2013, le tourisme a contribué directement au PIB pour 7,9 %. Cette estimation inclut les activités touristiques des touristes français.es et des visiteur.euse.s étranger.ère.s. « Ainsi en matière de contribution à l'activité économique du pays, le tourisme peut être classé au quatrième rang, certes loin derrière le bâtiment¹⁷ (22,5 %), mais dans une proportion comparable aux domaines de l'alimentation¹⁸ (deuxième avec 10,3 %) et de l'administration publique¹⁹ (troisième avec 9 %), et devant la santé (6,8 %), les industries

16 Gilles Caire, maître de conférences HDR d'économie à l'Université de Poitiers, membre du Centre de recherche sur l'intégration économique et financière, « La place de l'industrie touristique dans l'économie française », in *Cahiers français*, « L'industrie du tourisme », n° 393, juillet-août 2016, p. 40.

17 Construction et activités immobilières.

18 Agriculture et industries agro-alimentaires (IAA).

19 Administration publique, défense et sécurité sociale obligatoire.

des matériels de transport (5,5 %), le secteur de la chimie²⁰ (5,3 %) ou les activités financières et d'assurance (3,2 %). »

Part du tourisme dans le PIB ou la valeur ajoutée dans les Outre-mer

Dans les Outre-mer, il est difficile de connaître la part du secteur du tourisme dans le PIB ou la valeur ajoutée faute de données récentes et de la quasi-impossibilité à mesurer le tourisme des ultramarin.e.s sur leur propre territoire. Seuls quelques exemples relatifs à certains territoires peuvent être cités à titre d'illustration. La méconnaissance du tourisme des ultramarin.e.s sur leur propre territoire est préjudiciable, car ce tourisme de week-end ou de courts séjours contribue assurément à soutenir le secteur touristique lors des périodes délicates où les touristes extérieur.e.s sont moins présent.e.s.

La dernière évaluation du poids économique du tourisme en **Guadeloupe** remonte à 2005, où le secteur atteignait 5 % du PIB régional, en baisse de 5 points par rapport à l'année 2000²¹. Il est nettement plus faible que celui observé dans la plupart des îles caribéennes indépendantes où le tourisme représente 20 % à 50 % du PIB. En 2005, le poids du tourisme dans l'économie guadeloupéenne était cependant supérieur à celui des secteurs de l'agriculture (3 % du PIB), des transports (4 %) et des industries de biens manufacturés (3 %), mais inférieur à celui de la construction (9 %) et du commerce (13 %).

L'économie de la partie française de **Saint-Martin** repose essentiellement sur le tourisme. Le secteur a connu un essor important depuis les années 1980, impulsé par le dynamisme de la partie néerlandaise et les possibilités offertes par les dispositifs de défiscalisation. Il est cependant difficile d'estimer les retombées économiques générées par ce secteur.

En l'absence de comptes satellites du tourisme²² dans les Outre-mer, il n'est pas possible de déterminer la consommation touristique dans ces territoires et son poids dans leur PIB. L'indisponibilité de ces données économiques est préjudiciable à la bonne appréhension par les acteur.rice.s politiques et économiques, mais aussi par les populations locales du poids économique du secteur du tourisme. Elle rend également plus incertaine la définition de la stratégie touristique durable et sa mise en œuvre.

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action que tous les Outre-mer soient dotés de comptes satellites du tourisme étant donné l'importance du secteur du tourisme dans leurs économies.

²⁰ Industrie chimique, pétrolière et pharmaceutique.

²¹ Insee, « Les signes d'une reprise », *AntianeÉco* n° 60, novembre 2005. À noter que jusqu'en 2006, Saint-Martin et Saint-Barthélemy étaient des communes de Guadeloupe. Depuis 2007, elles sont des collectivités d'Outre-mer (COM).

²² Selon la direction générale des entreprises, le compte satellite du tourisme (CST) met en cohérence l'ensemble des données d'offre et de demande disponibles, dans le cadre d'une grille d'analyse macroéconomique reposant sur des concepts reconnus par les organisations internationales concernées (Commission de statistique des Nations unies, OMT, OCDE, Eurostat). Il permet de mesurer le poids du tourisme dans l'économie.

Part de l'hôtellerie-restauration dans l'économie ultramarine

Le secteur de l'hôtellerie-restauration est une composante du secteur du tourisme. Les données économiques relatives à cette activité sont plus facilement accessibles et permettent d'avoir une idée, certes imparfaite et incomplète, de l'importance du tourisme dans les territoires ultramarins.

En Polynésie française, le secteur de l'hôtellerie-restauration est le secteur le plus important de l'industrie touristique : en 2015, il regroupe 69 % des entreprises touristiques (soit 1 930, principalement dans la restauration), 61 % des salarié.e.s du tourisme et génère 43 % du chiffre d'affaires de cette industrie.

Les entreprises et les emplois touristiques

Disposer d'informations statistiques sur les entreprises, les emplois et les conditions de travail dans le secteur touristique de chaque territoire ultramarin est actuellement compliqué. Seuls quelques exemples peuvent être cités à titre d'illustration.

L'emploi touristique atteint des niveaux élevés dans certains territoires ultramarins : 28 % de l'emploi salarié total de **Saint-Martin** est ainsi lié au tourisme selon l'Insee (2006) et c'est aussi le cas de 37 % de l'emploi salarié total de **Saint-Barthélemy**²³. Le tourisme a, depuis le pacte de progrès de 1995, au sortir de « l'économie nucléaire », été identifié par l'ensemble des acteur.rice.s politiques, économiques et sociaux de la **Polynésie française**, comme l'un des moteurs majeurs du développement de l'économie locale, pourvoyeur de l'essentiel des ressources propres du Pays. Il occupe donc une place centrale dans l'économie polynésienne. Première source d'exportation de biens et de services, il rassemble 11 % des entreprises en 2015 (soit 2 820) qui génèrent 15 % des chiffres d'affaires cumulés et emploient 17 % des effectifs salariés (10 250 personnes)²⁴. Dans ce territoire, la petite hôtellerie familiale occupe environ cinq cents personnes, à temps plein ou partiel et représente un acteur essentiel de la vie économique des archipels, notamment éloignés (Marquises, Australes et Tuamotu-Gambier). Elle permet à des Polynésien.ne.s de continuer de vivre sur leur lieu de vie habituel en leur fournissant une activité. En 2013, l'industrie touristique **guadeloupéenne** rassemble 4 591 entreprises d'activités variées²⁵, soit un peu plus de 10 % du tissu d'entreprises de l'île. La restauration, l'hôtellerie et les autres types d'hébergements sont les activités les plus représentatives de ce secteur. Elles concentrent 68 % des entreprises touristiques.

Des recettes importantes et précieuses pour certains territoires ultramarins

Le tourisme génère des recettes importantes pour de nombreux Outre-mer. Ainsi, en **Polynésie française**, le secteur du tourisme constitue encore la première ressource propre après les transferts opérés par l'État. En 2014, les touristes ont dépensé en Polynésie française 46 milliards de F CFP. Les dépenses touristiques représentent 3,6 fois le montant des exportations de produits locaux (12,8 milliards de F CFP) et pèsent pour près de 41 % dans le total des exportations de biens et services polynésiennes. Par ailleurs, la balance

²³ Insee, Études et documents n° 75, novembre 2012.

²⁴ IEOM, *Polynésie française 2015*, édition 2016, p. 101.

²⁵ Insee, *Bilan économique de la Guadeloupe*, n° 77, juin 2014.

entre les dépenses des touristes étrangers séjournant sur le territoire et celles des résidents polynésiens en voyage à l'étranger, génère un solde positif de 31 milliards de F CFP et contribue ainsi à l'excédent des transactions courantes de la balance des paiements. Les touristes terrestres dépensent localement plus de 33,5 milliards de F CFP, générant 73 % des recettes touristiques totales. La croisière a, pour sa part, engendré 12,5 milliards de F CFP de recettes en 2014, soit 27 % des recettes touristiques totales.

3. Les compétences institutionnelles en matière de tourisme

L'État et les territoires ultramarins selon leur statut juridique, mettent en œuvre leurs compétences en matière de tourisme.

Répartition des compétences

Les compétences de l'État en matière de tourisme

L'État définit la politique nationale du tourisme, réglemente, agré et classe les équipements, organismes et activités touristiques ; il assure la promotion du tourisme français à l'étranger et au sein des organisations internationales concernées. Il vient en appui des collectivités territoriales dans leurs actions de développement touristique. Il fixe les règles relatives aux visas. Au niveau de l'État, la compétence tourisme relève des ministères de l'Europe et des Affaires étrangères, de l'économie, de l'industrie et du numérique et de l'aménagement du territoire, de la ruralité et des collectivités.

Trois axes de la politique du tourisme peuvent être dégagés au niveau interministériel²⁶ :

- un axe économique-social, centré sur les actions en faveur de l'adaptation de l'offre touristique aux besoins et ayant pour objectif d'« améliorer l'offre touristique et de favoriser l'accès d'un public élargi aux vacances » ;
- un axe promotionnel, développant les actions ciblées sur la clientèle touristique potentielle et poursuivant pour objectif de « renforcer la valorisation touristique du patrimoine de la France et de sa culture » ;
- un axe environnemental, qui rassemble les actions de développement d'un « tourisme durable respectueux de l'environnement ».

L'effort global de l'État au niveau national peut être évalué à près de 2 milliards d'euros (au projet de loi de finances pour 2017), portés par 20 programmes relevant de 13 missions.

Les compétences des collectivités territoriales

La loi portant Nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe), promulguée le 7 août 2015, est souvent perçue comme un « acte III de la décentralisation ». Elle a conduit à une redéfinition profonde des compétences régionales et départementales et à des spécialisations respectives en supprimant la clause de compétence générale au sein de ces deux collectivités.

Avant la réforme introduite par la loi NOTRe, la répartition des compétences en matière de tourisme était souvent perçue comme étant « peu claire ». Tous les échelons de collectivités

²⁶ Direction générale des entreprises, *Politique et promotion touristiques de la France : les données essentielles pour 2017*.

territoriales pouvaient prendre des initiatives en la matière, et les outils de planification étaient complexes, peu efficaces, et assez peu coordonnés. C'est la loi du 23 décembre 1992 qui répartissait les compétences dans le domaine du tourisme. Elle établissait le principe de concertation entre la commune, le département et la région afin de faciliter la définition d'objectifs cohérents et de privilégier les procédures contractuelles pour la coordination de leurs actions. La répartition des compétences était la suivante :

- la région élaborait les objectifs à moyen terme du développement touristique régional, dans le cadre d'un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs ; le Conseil régional devait créer un Comité régional du tourisme (CRT) pour coordonner dans la région, les initiatives publiques et privées dans le domaine du développement, de la promotion et de l'information touristique. Dans le cadre des contrats de plan Etat-régions, des Observatoires régionaux du tourisme (ORT) ont été mis en place pour rassembler des informations économiques et réaliser des études sur le tourisme de leur région ;
- le département devait créer un Comité départemental du tourisme (CDT), dont il choisissait librement le régime juridique. Le CDT exerçait son activité en harmonie avec les collectivités territoriales et en partenariat avec les organismes intéressés au développement du tourisme dans le département, en prenant en compte les orientations définies par le schéma régional ;
- la commune pouvait créer un office de tourisme chargé des missions d'accueil et d'information des touristes et de la promotion touristique locale. Elle choisissait librement le régime juridique de l'office du tourisme.

En matière de tourisme, la loi NOTRe n'a pas remis en cause le principe selon lequel les différents niveaux de collectivités territoriales interviennent en matière de tourisme (article 104). Elle a toutefois prévu un transfert de plein droit aux communautés d'agglomération et aux communautés de communes d'une compétence obligatoire en matière de promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme (art. 64 et 66).

Sur le plan général, le tourisme reste donc une compétence partagée entre l'État et les collectivités territoriales. L'article L. 1111- 4, 2^e alinéa du Code général des collectivités territoriales (CGCT), dans sa rédaction issue de la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation du territoire de la République (dite « loi NOTRe ») dispose que « *les compétences en matière de culture, de sport, de tourisme, de promotion des langues régionales et d'éducation populaire sont partagées entre les communes, les départements, les régions et les collectivités à statut particulier* ». À ce titre :

- la région fixe les principaux objectifs de développement touristique régional sur la base d'un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL). Chaque Région est dotée d'un Comité régional du tourisme pour coordonner les différentes actions publiques et privées engagées en matière de développement, de promotion et d'information touristique ;
- le département a également l'obligation de se doter d'un Comité départemental du tourisme (CDT) qui doit exercer son activité en prenant en compte les orientations définies par le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs ;

- aux niveaux intercommunal et communal, la loi NOTRe a consacré l'échelon intercommunal – jusqu'ici uniquement chargé, au titre de sa compétence en matière de développement économique, de « *création, aménagement, entretien et gestion de zones d'activité [...] touristique* » – en lui confiant, à compter du 1^{er} janvier 2017, une compétence obligatoire en matière de « *promotion du tourisme* » en prévoyant la « *création d'offices de tourisme* ».

Les compétences des collectivités d'Outre-mer

Afin de « *tenir compte des intérêts propres de chacune d'elles* » (Art. 74 de la Constitution), les collectivités d'Outre-mer (Saint-Pierre et Miquelon, Saint-Barthélemy, Saint-Martin, Wallis-et-Futuna, Polynésie française) ont des statuts spécifiques et des compétences différentes de celles des autres collectivités territoriales. Les collectivités disposent chacune de compétences de promotion du tourisme auxquelles s'ajoutent des compétences étendues en matière, économique, fiscale ou d'aménagement plus ou moins étendues selon les territoires. À Saint-Pierre et Miquelon, la Collectivité exerce des compétences en matières fiscale et douanière ainsi que dans les domaines de l'urbanisme et du logement. Saint-Barthélemy et Saint-Martin ont des compétences fiscales propres.

Si les compétences en matière de tourisme appartiennent au Gouvernement en Polynésie française et en Nouvelle-Calédonie, leur promotion est confiée à des groupements d'intérêts économiques.

Les organismes ad hoc

En ce qui concerne l'organisation de la gouvernance du tourisme dans les collectivités territoriales ultramarines, celle-ci varie selon le statut propre à chaque collectivité territoriale d'outre-mer et le plus ou moins large degré d'autonomie dont elle dispose. À l'exception notable de la **Nouvelle-Calédonie**, régie par des dispositions spécifiques qui accordent en matière touristique la compétence de principe aux trois provinces, et de Wallis-et-Futuna dont les institutions – régies par la loi statutaire de 1961 – se caractérisent par une absence de décentralisation, la compétence touristique de principe est dévolue aux collectivités territoriales supérieures (départements d'Outre-mer et régions d'Outre-mer en **Guadeloupe** et à La Réunion ; Collectivités territoriales de Guyane, de Martinique ; Conseil départemental de Mayotte ; Conseil territorial de Saint-Barthélemy, de Saint-Martin et de Saint-Pierre et Miquelon ; Gouvernement de la Polynésie française).

Au cours de son audition²⁷, Étienne Coffin a souligné que les collectivités territoriales quel que soit leur niveau (régional, départemental et communal) sont des leviers essentiels pour dynamiser le tourisme durable sur leur territoire, en particulier dans les Outre-mer si éloignés de l'hexagone. Elles peuvent ainsi décider d'utiliser une partie des fonds européens qu'elles reçoivent en faveur du tourisme durable. Saint-Pierre et Miquelon, pays et territoire d'Outre-mer (PTOM), utilise les financements du 11^e Fonds européens de développement (FED) pour soutenir des projets de tourisme durable.

²⁷ Entretien privé d'Étienne Coffin, président du Comité français pour le développement du tourisme durable, avec Mme Inès Bouchaut-Choisy, rapporteure de l'étude, le 13 avril 2016.

Afin de rendre plus lisible la gouvernance en matière touristique dans ces territoires, de dynamiser et de promouvoir la destination à l'extérieur notamment, ces collectivités ultramarines (à l'exception de la **Nouvelle-Calédonie** et de **Wallis-et-Futuna**) se sont dotées de structures uniques ou « chapeau » selon les cas, sous tutelle de la ou des collectivité(s) territoriale(s) concernée(s), qui prennent des formes juridiques variables. En **Guadeloupe**, « *le Comité du tourisme des îles de Guadeloupe* » a été créé le 12 décembre 2003 par les Collectivités départementales et régionales. En **Martinique**, le « *Comité martiniquais du tourisme* » (CMT), créé en 2003, prend la forme d'un établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) réunissant élu.e.s, représentant.e.s d'organismes publics et chef.fe.s d'entreprises du monde du tourisme. En **Guyane**, le « *Comité du tourisme de la Guyane* » est l'organisme fédérateur pour l'ensemble des acteur.rice.s du tourisme de la région et s'est vu confier par la Collectivité territoriale de Guyane (CTG) comme mission générale de : « *mettre en œuvre la politique touristique, créer et développer des conditions nécessaires au développement touristique, accompagner les initiatives des collectivités des acteurs et des partenaires* ». À Saint-Barthélemy, le « *Comité territorial du tourisme* » constitue le bras armé en matière touristique de la Collectivité territoriale. À **Saint-Martin**, « *l'Office du tourisme de Saint-Martin* », EPIC depuis 2008, est l'instance unique d'accueil, d'information des touristes, mais aussi de promotion de l'île sur les différents marchés. À **Saint-Pierre et Miquelon**, un « *Comité régional du tourisme* » joue ce même rôle. À **La Réunion**, l'île de La Réunion tourisme (IRT) est une structure associative de loi 1901 créée en 2007 pour se substituer aux différentes structures précédentes afin de devenir l'opérateur unique sur le secteur en charge notamment de la promotion du tourisme sur l'île. À **Mayotte**, le Comité départemental du tourisme de Mayotte (CDTM), association loi 1901 créée en 1987, conduit la politique et met en œuvre la stratégie du tourisme et des loisirs de Mayotte définie par la Collectivité départementale. En **Polynésie française**, le Gouvernement local s'est doté d'un groupement d'intérêt économique (GIE) « *Tahiti Tourisme* » qui a pour objet la promotion de la Polynésie française, et le développement de son industrie touristique.

4. Rôle d'Atout France et du Cluster tourisme Outre-mer

Atout France est l'agence de développement touristique de la France et poursuit cet objectif par le biais de différentes missions : observer et analyser les marchés touristiques ; renforcer l'offre touristique française et la commercialiser et optimiser la qualité des prestations. Groupement d'intérêt économique (GIE) avec près de 1 300 adhérent.e.s, Atout France développe aussi ses missions à l'international grâce à un réseau de 32 bureaux répartis dans 27 pays. Sa zone d'intervention est étendue à 70 marchés grâce aux actions menées en collaboration avec les services des ambassades de France. Comme l'a rappelé Philippe Maud'hui lors de son audition²⁸, « *la règle d'Atout France est d'être à la disposition de ses membres pour effectivement mettre en œuvre les actions les plus efficaces et les plus adaptées possibles aux besoins exprimés. Ces actions peuvent se faire dans différents cadres :*

28 Audition de M. Philippe Maud'hui, Directeur de l'ingénierie et du développement des territoires d'Atout France, accompagné de Mme Marie-Laure Desmet, Sous-directrice des territoires et filières au sein de la Direction de l'ingénierie et du développement des territoires, devant les membres de la délégation à l'Outre-mer du CESE, le 10 mai 2016.

du sur-mesure individuel, ou des actions collectives facilitant la mutualisation de moyens techniques, financiers ou humains, pour être plus efficaces sur les marchés internationaux en matière de promotion, ou pour avoir les moyens de mieux décrypter les évolutions des attentes clientèles ».

Pour les territoires ultramarins, le cadre collectif d'intervention prend la forme d'un cluster dédié aux Outre-mer, qui réunit une vingtaine de participant.e.s. Ce cluster est actuellement présidé par le Directeur général adjoint de la Direction générale des Outre-mer (DGOM). Son budget annuel est de l'ordre de 250 000 euros, constitué à la fois par les cotisations des membres et par un abondement d'Atout-France. Ce cluster décide des marchés prioritairement visés, des thématiques à mettre en avant, des médias à utiliser, etc. La formation des agent.e.s de voyage est pleinement intégrée dans le plan d'action du cluster Outre-mer. Aujourd'hui, il agit surtout en direction de l'Europe parce que tous les territoires ultramarins ont ce marché historique en commun et mènent des actions individuelles sur tous les autres marchés.

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action une meilleure implication d'Atout France dans la promotion touristique des Outre-mer. Cette meilleure implication pourrait s'appuyer sur une plus grande visibilité des destinations ultramarines sur le site Internet d'Atout France et sur une formation approfondie de ses agent.e.s aux spécificités de ces destinations.

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère aussi comme piste d'action de revoir la composition du cluster d'Atout France dédié aux Outre-mer en intégrant, à côté des représentant.e.s de la promotion touristique, d'autres interlocuteur.ice.s davantage issu.e.s des collectivités territoriales et du monde associatif comme les associations environnementales. La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère enfin comme piste d'action que le cluster d'Atout France dédié aux Outre-mer étende ses actions en direction des bassins régionaux auxquels appartiennent les Outre-mer.

B - Les problématiques récurrentes du secteur touristique dans les Outre-mer

Les sources statistiques actuellement disponibles sur les Outre-mer ne permettent pas de dresser un panorama complet du tourisme sur l'ensemble de ces territoires et d'analyser ses perspectives de développement. Bien souvent Les données sont si anciennes qu'on pourrait les considérer comme obsolètes comme c'est le cas pour la mesure du « *poids économique du tourisme* » dans le PIB ou dans la valeur ajoutée des Outre-mer. La délégation à l'Outre-mer du CESE constate aussi l'absence de statistiques élémentaires dans certains territoires, l'imprécision de certaines estimations et l'absence d'harmonisation des concepts utilisés²⁹. Comment est-il possible dans ce contexte d'ignorance de définir une stratégie touristique claire et complète et d'évaluer les politiques publiques en faveur du tourisme dans les Outre-mer ?

²⁹ Les termes de passager.ère.s, visiteur.euse.s, touristes sont utilisés parfois de façon indifférenciée.

Pourtant, les différents opérateurs du secteur du tourisme ont besoin de la publication rapide d'informations récentes, fiables et détaillées sur leur secteur pour établir des stratégies solides à moyen et long termes sans devoir raisonner à l'aveugle et adopter les ajustements nécessaires en fonction des évolutions constatées. Ce besoin d'informations rapides et fiables est d'autant plus indispensable qu'à l'heure des chaînes d'information en continu, des réseaux sociaux et d'Internet, les flux de touristes peuvent bifurquer d'une destination à une autre en quelques clics au gré d'un événement comme une épidémie de Zika ou une instabilité politique. De plus, certains pays concurrents des destinations ultramarines, tels Maurice ou les Maldives, ont su se doter d'un système d'information performant sur le tourisme. Comment piloter les ajustements nécessaires en l'absence de données minimales et récentes ? Ce sont autant de défis dans la connaissance de l'activité touristique que doivent relever de façon urgente les acteurs concernés afin de pouvoir assurer, en toute connaissance de cause, que le tourisme est une filière d'avenir pour les territoires ultramarins.

L'évaluation des politiques publiques en faveur du tourisme mériterait également d'être confortée étant donné les enjeux de ce secteur dans les économies ultramarines et enrichirait l'élaboration des stratégies de développement touristique de chacun des Outre-mer. Dans son avis sur un dossier relatif à la stratégie de développement touristique de la Polynésie française pour la période 2015-2020, le Conseil économique, social et culturel (CESC) polynésien *« regrette que le document stratégique aujourd'hui présenté ne fasse pas état d'un bilan ou d'une analyse des différentes actions menées et des résultats obtenus ces dix dernières années afin d'identifier les faiblesses et d'y porter remède.³⁰ »*

Dans son avis, *Le Tourisme perspective d'avenir de l'Outre-mer français³¹*, le CESE avait déjà émis deux préconisations pour améliorer et mieux utiliser les outils statistiques dédiés au secteur du tourisme ultramarin. *« Le Conseil économique et social demande instamment que les décideurs puissent enfin disposer dans les meilleurs délais possibles, de statistiques leur permettant de suivre l'évolution de l'activité du secteur. Celles-ci devraient pouvoir les renseigner sur le nombre des arrivées (touristes d'agrément, affinitaires, tourisme d'affaires, croisiéristes...), par nationalité et par âge, la durée des séjours et le nombre des nuitées, le type d'hébergement ainsi que la recette touristique globale et par touriste. Le rétablissement de l'enquête aux frontières et la mise en place d'observatoires locaux du tourisme devraient être généralisés ».* *« Il conviendrait aussi que des enquêtes de satisfaction de la clientèle soient conduites régulièrement et publiées auprès des opérateurs du tourisme afin que ceux-ci puissent adapter leurs produits. Hôteliers, transporteurs, mais aussi commerçants et pouvoirs publics sont concernés. La population devrait également être tenue informée de ces aspects s'agissant notamment de la qualité de l'accueil et de la perception que les visiteurs ont de leur territoire. »*

30 Mélinda Bodin et Patrick Galenon, avis du Conseil économique, social et culturel polynésien sur un dossier relatif à la stratégie de développement touristique de la Polynésie française pour la période 2015-2020, 25 février 2016, p. 4.

31 Cécile Felzines, *Le tourisme, perspective d'avenir de l'Outre-mer français*, avis du CESE, 2007-n° 1, janvier 2007, p. 38.

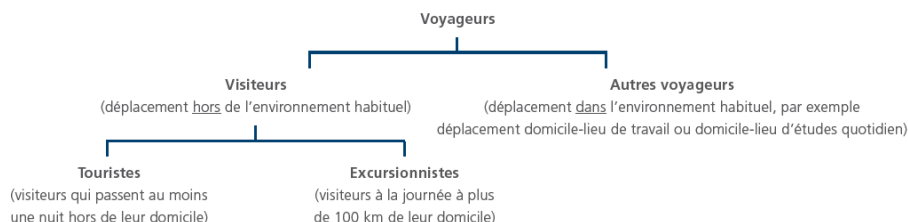
Dix ans plus tard, force est de constater que ces préconisations demeurent actuelles et devraient être mises en œuvre de façon urgente en s'intéressant également aux attentes des ultramarin.e.s vis-à-vis des politiques touristiques mises en œuvre. **La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme pistes d'actions de mobiliser les données collectées par les compagnies aériennes et d'inscrire dans les stratégies de développement touristique de chaque territoire ultramarin un volet consacré à l'évaluation des actions mises en œuvre.**

Trois formes de tourisme peuvent être distinguées : le tourisme récepteur, national ou international (les touristes venant en Guyane par exemple), le tourisme émetteur (les résident.e.s guyanais.e.s qui se rendraient dans un autre pays) et le tourisme domestique ou tourisme intérieur (les Guyanais.e.s ayant des activités touristiques sur leur territoire). La plupart des données présentées dans cette partie concernent le tourisme récepteur. Le tourisme domestique est très mal connu en particulier d'un point de vue statistique alors qu'il joue un rôle incontournable d'amortisseur lorsque les visiteur.euse.s étranger.ère.s se détournent momentanément d'un territoire ultramarin. **La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action d'améliorer la connaissance du tourisme domestique dans chacun des Outre-mer.** Le retour des ultramarin.e.s installé.e.s en France hexagonale contribue aussi à développer une seconde saison touristique, dans les destinations d'Outre-mer, lors des grandes vacances scolaires. Le phénomène reste peu étudié à ce jour. Enfin, le tourisme émetteur n'est pas pris en compte, car il n'entre pas dans le champ de l'étude.

1. Des flux touristiques insuffisants et inégalement répartis dans les Outre-mer

Au regard des données officielles retenues, il apparaît que les territoires ultramarins ont reçu, en 2016, 2,5 millions touristes de séjour et 1,3 million croisiéristes ; le nombre de plaisancier.ère.s est inconnu. Ces chiffres peuvent être rapportés aux résultats nationaux : la France a accueilli 83 millions de touristes internationaux.ales en 2016. La croissance de sa fréquentation est régulière : 30 millions en 1980, 52 millions en 1990, puis 77 millions en 2000. La France est le premier pays du monde quant au nombre des arrivées de touristes internationaux.ales mais ne figure qu'au 4^e rang dans le classement des pays selon les recettes du tourisme international. Une stratégie nationale bien conduite pourrait contribuer à renforcer le poids touristique des différents territoires ultramarins dans le prolongement de l'attrait de la destination France.

Schéma n° 1 Définition des notions de voyageur.euse.s, visiteur.euse.s, touristes et excursionnistes



Source : *Mémento du tourisme Édition 2016* – Direction générale des entreprises – Ministère de l'Économie et des finances, p. 8.

Les touristes dans les Outre-mer

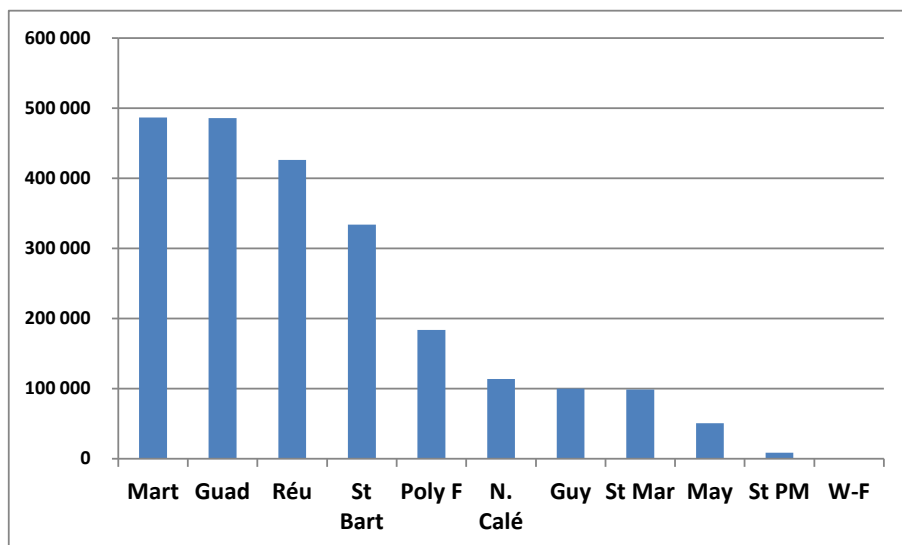
En 2015, les territoires ultramarins ont reçu près de 2,5 millions de touristes³².

2,5 millions de touristes dans les Outre-mer en 2016

Quatre groupes de territoires ultramarins peuvent être distingués. La **Martinique**, la **Guadeloupe**, la **Réunion** et **Saint-Barthélemy** sont les territoires qui reçoivent le plus de tourisme et concentrent près de 77 % des arrivées. La **Polynésie française** occupe une place à part. Puis viennent des territoires comme la **Nouvelle-Calédonie**, **Saint-Martin** et la **Guyane** dont le nombre de touristes tutoie les 100 000. La situation particulière de Saint-Martin dont la partie néerlandaise est très touristique doit être prise en compte car les flux et les retombées touristiques entre les deux parties de l'île ne sont pas simples à identifier. Enfin les autres territoires ultramarins ont des flux moins importants.

³² Dans cette estimation, on ne comptabilise que les touristes venant de l'extérieur du territoire ultramarin. Les habitant.e.s ultramarin.ne.s qui font du tourisme sur leur territoire ne sont pas comptabilisé.e.s car on ne dispose pas de données sur eux.elles.

Graphique n° 1 Nombre de touristes dans les Outre-mer en 2016



Source : Insee, ISEE, ISPF, IEDOM, IEOM, comités régionaux de tourisme (IRT, CMT, etc.)

Légende : Mart (Martinique), Guad (Guadeloupe), Réu (La Réunion), St Bart (Saint Barthélemy), Poly F (Polynésie française), N. Calé (Nouvelle Calédonie), St Mar (Saint Martin), Guy (Guyane), May (Mayotte), St PM (Saint-Pierre et Miquelon) et W-F (Wallis-et-Futuna).

En 2015, la fréquentation touristique de la **Nouvelle-Calédonie** bénéficie notamment de la hausse du nombre de touristes en provenance d'Australie et de Nouvelle-Zélande sous l'effet des récents « *contrats de destination* »³³. **Saint-Martin** n'accueille qu'un très faible pourcentage des visiteurs qui arrivent sur l'île, soit 99 000 touristes en 2014 ; la partie française de l'île de Saint-Martin est confrontée en effet, à la concurrence de la partie néerlandaise dotée d'infrastructures portuaires et aéroportuaires performantes pour accueillir un tourisme de masse. À **Wallis-et-Futuna**, le tourisme demeure encore très peu développé malgré les atouts dont dispose l'archipel (îlots, lagons, plages, culture traditionnelle, lacs de cratères, etc.). Une centaine de touristes et de voyageurs d'affaires font fonctionner l'offre hôtelière existante. Le coût des billets d'avions et de l'hébergement ne permet pas d'être compétitif vis-à-vis des destinations voisines (îles Fidji, Vanuatu, îles Cook) présentant les mêmes atouts³⁴.

³³ Ils visent à améliorer la gouvernance de la destination. Ils engagent collectivement sur 5 ans l'ensemble des acteurs du tourisme (publics et privés) à travailler de manière concertée et accrue au développement de l'attractivité touristique de la destination Nouvelle-Calédonie avec des objectifs chiffrés et des moyens listés.

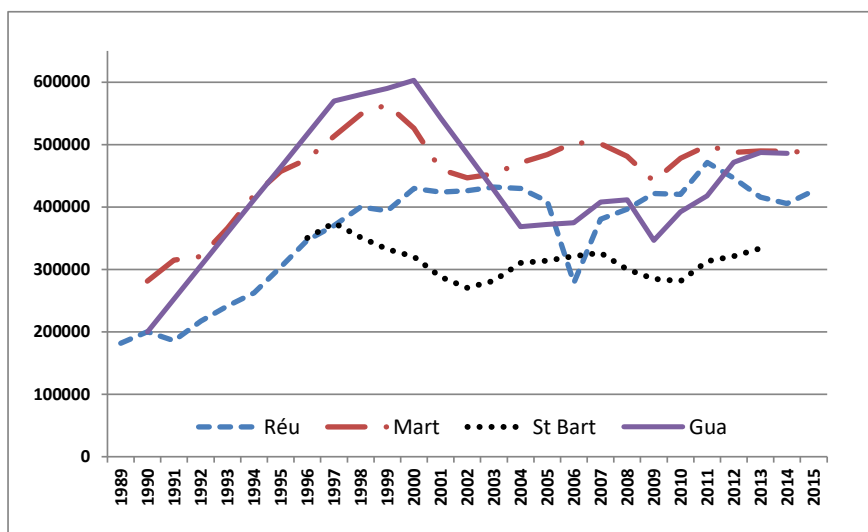
³⁴ IEOM, *Wallis-et-Futuna 2015*, édition 2016, p. 66.

Évolution différenciée du nombre de touristes selon les Outre-mer

Selon le territoire ultramarin, l'évolution du nombre de touristes sur longue période est disparate.

- Évolution pour les territoires ultramarins qui reçoivent le plus de touristes : **Guadeloupe, Martinique, La Réunion et Saint-Barthélemy**

Graphique n° 2 Évolution du nombre de touristes en Guadeloupe, en Martinique, à La Réunion et à Saint-Barthélemy



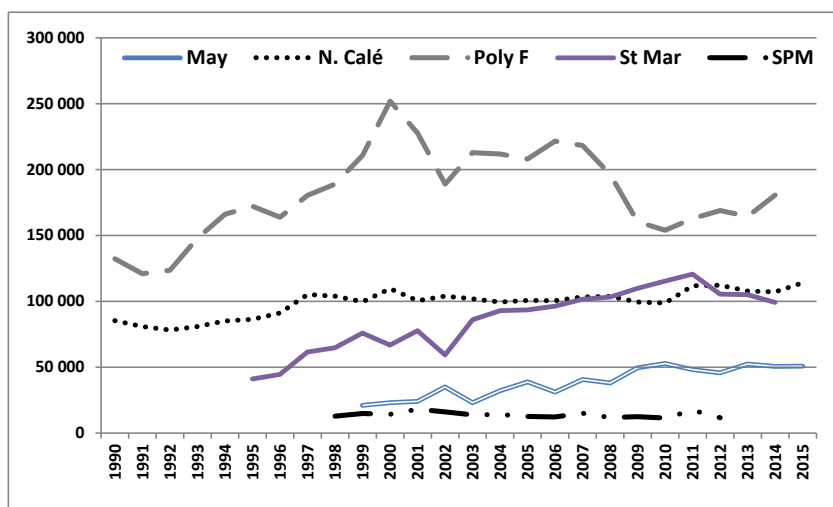
Source : Insee, IEDOM, IEOM, comités régionaux de tourisme (IRT, CMT, etc.).

Parmi les quatre territoires ultramarins qui reçoivent le plus de touristes, **Saint-Barthélemy** présente sur une longue période une relative stabilité du nombre de touristes reçus. Mis à part la fin des années 1990, il oscille autour de 300 000. Le nombre de touristes **en Martinique** a crû de façon continue dans les années 1990 pour atteindre le record de 564 000 touristes en 1999. Il a ensuite baissé puis remonté. Depuis 2005, à l'exception de l'année 2009, le nombre de touristes est globalement stable en Martinique et oscille entre 480 000 et 500 000. En 2016, il dépasse pour la première fois depuis 2007 la barre des 500 000 pour atteindre 519 303 touristes. Son profil rejoint celui de la **Guadeloupe** où le nombre de touristes a aussi augmenté pendant les années 1990 pour atteindre le record de 603 000 en 2000. Puis la chute a été plutôt sévère jusqu'en 2004. La récession de l'activité touristique de la **Guadeloupe** et de la **Martinique** s'explique d'une part en raison de facteurs externes, notamment l'émergence de la concurrence des îles environnantes (République dominicaine et Cuba) qui captent notamment une partie de leurs clientèles françaises habituelles. Cette régression s'explique, d'autre part, par des facteurs internes tels que la perception d'une dégradation de la qualité de service, le vieillissement du parc hôtelier, les tensions sociales et l'insécurité qui ont terni l'image de ces destinations. Ainsi, en **Guadeloupe**, le nombre de touristes de séjour s'établissait à moins de 347 000 visiteur.euse.s

en 2009, année de la crise économique et sociale. Depuis 2010, la fréquentation touristique est à nouveau orientée à la hausse particulièrement en 2015 et 2016 où le nombre de touristes atteint 581 250. À **La Réunion**, le nombre de touristes a aussi cru de façon continue jusqu'en 2000 pour atteindre un plateau autour de 430 000 pendant plusieurs années. En 2005 et 2006, le nombre de touristes chute de façon spectaculaire en lien avec la crise du Chikungunya. Puis, il reprend sa progression pour établir un record historique en 2011 avec 471 000 touristes. Depuis il a baissé de nouveau même si une reprise est perceptible en 2015 et en 2016 avec 458 261 touristes accueilli.e.s.

- Évolution pour les territoires ultramarins qui reçoivent le moins de touristes : **Polynésie française, Nouvelle-Calédonie, Saint-Martin, Mayotte et Saint-Pierre et Miquelon**

Graphique n° 3 Évolution du nombre de touristes à Mayotte, en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française, à Saint-Martin et à Saint-Pierre-et Miquelon



Source : Insee, ISEE, ISPF, IEDOM, IEOM.

En **Polynésie française**, le nombre de touristes a connu des évolutions contrastées : une croissance forte jusqu'en 2000 pour atteindre un record de 252 000 touristes, suivie d'une chute brutale en 2001 et 2002, puis une stabilisation entre 2003 et 2007, suivie d'une nouvelle chute et d'une stabilisation entre 163 000 et 180 000. En 2016, la Polynésie française a accueilli 192 495 touristes. La fréquentation touristique américaine s'est contractée de 34 % entre 2001 et 2015. Cette désaffection, en partie liée à l'évolution défavorable du taux de change réel sur la période, explique près des trois quarts du repli global de la fréquentation observée sur la décennie, ce qui confirme le rôle primordial du marché nord-américain pour la destination Tahiti³⁵. En **Nouvelle-Calédonie**, le nombre de touristes a augmenté

35 IEOM, *Polynésie française 2015*, édition 2016, p. 102.

pendant les années 1990 pour atteindre 110 000 touristes en 2000. À partir de cette date et jusqu'en 2010, il s'est stabilisé autour de 100 000 par an. Depuis il a légèrement augmenté et oscille autour de 110 000. Le nombre de touristes à **Saint-Martin** a progressé constamment jusqu'en 2011 pour atteindre 121 000 touristes puis est retombé vers 99 000. Les différentes crises économiques et internationales, les aléas climatiques comme les cyclones de 1999 et 2000 ainsi que les attentats du 11 septembre 2001 ont perturbé les flux touristiques sur l'île. De plus, depuis 2008, « *la perte de pouvoir d'achat induite par une parité euro-dollar défavorable rend Saint-Martin moins attractive pour le shopping, les clients préférant acheter en partie néerlandaise. Cette situation a conduit à la fermeture de certaines boutiques, notamment de luxe, comme le départ de la marque Hermès, réputée pour attirer les touristes.* »³⁶ À **Mayotte**, le nombre de touristes a augmenté au cours des années 2000 pour atteindre un plateau. Depuis 2009, il oscille autour de 50 000 touristes par an. À **Saint-Pierre et Miquelon**, le nombre de touristes varie entre 11 000 et 18 000.

Les croisiéristes dans les Outre-mer

Les données relatives à la croisière semblent plus faciles à collecter et les résultats affichés sont encourageants. Néanmoins, ici également, les chiffres annoncés doivent être abordés avec lucidité : s'agit-il du total des croisiéristes qui ont visité l'escale ou s'agit-il du total de passager.ère.s présent.e.s sur le bateau lors de l'escale ? Il est flatteur d'additionner les volumes des passagers annoncés par les différentes compagnies pour « flatter » les résultats de la destination. Dans le cas de **La Réunion**, les enquêtes conduites par le Comité du tourisme annoncent que 35 % des passager.ère.s n'ont pas quitté le paquebot lors de l'escale. Des enquêtes en cours à la **Martinique** montrent que plus de 60 % des passager.ère.s peuvent rester à bord lorsque l'escale n'est pas très attractive, et ce d'autant que le paquebot de croisière est une véritable destination touristique en lui-même, tant les offres récréatives sont multiples et diversifiées comparées à celles de certaines destinations assez « ennuyeuses ». Des enquêtes locales sont indispensables pour mesurer l'impact réel de la croisière et l'intérêt de l'escale. Enfin, en matière de croisière, au-delà de la quantité de croisiéristes annoncé.e.s, il faut également distinguer les types de marchés : il y a celui de la croisière de masse (dominée par les États-Unis) et les marchés de croisière.s haut de gamme et de luxe. Ainsi, des fréquentations faibles peuvent avoir un impact économique très intéressant, comme dans les lointains archipels de l'océan Pacifique. Les approches quantitatives sont donc insuffisantes, des données qualitatives relevant d'une observation locale sont nécessaires.

La croisière est un secteur en plein essor dans le monde : le nombre de croisiéristes est passé de 15 millions à 24 millions de 2006 à 2016. Ce secteur est dominé par les marchés caribéen (près de 34 % de la capacité déployée dans le monde) et méditerranéen (19 %). La région Pacifique, Australie et Nouvelle-Zélande n'en représente qu'une faible part (6 %)³⁷.

36 Institut d'émission des départements d'Outre-mer (IEDOM), « Le tourisme à Saint-Martin, un positionnement touristique à concrétiser », *Note Expresse n° 320*, mars 2015.

37 IEOM, *Polynésie française 2016*, édition 2017, p. 99.

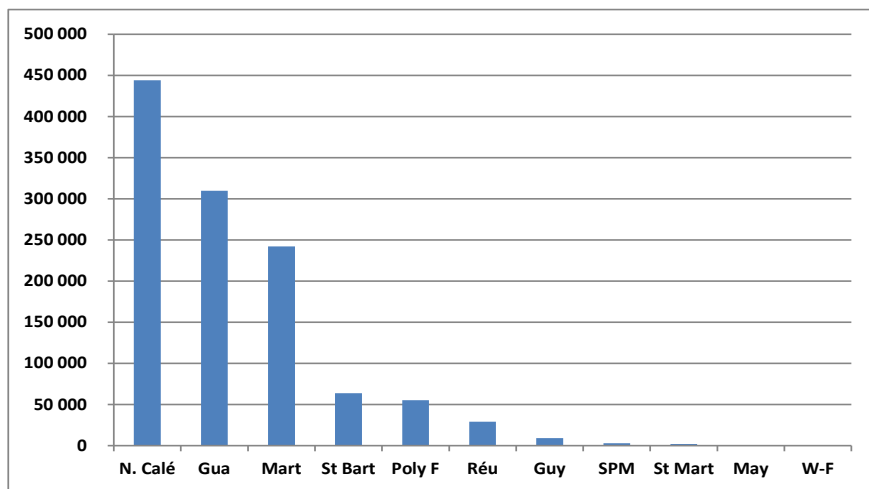
L'offre de la croisière est passée de 150 000 lits en 1999 à plus de 200 000 lits commercialisés en 2003, 250 000 en 2006 et plus de 300 000 en 2010.

En 2016, les territoires ultramarins ont reçu 1,3 million de croisiéristes, mais les évolutions du nombre de croisiéristes sur longue période sont très différentes d'un territoire à l'autre. La délégation à l'Outre-mer s'interroge également sur le modèle de développement durable mis en œuvre dans ce secteur actuellement en expansion.

1,1 million de croisiéristes dans les Outre-mer

En 2016, la **Nouvelle-Calédonie**, la **Martinique** et la **Guadeloupe** regroupent, à eux trois, 84 % des croisiéristes qui débarquent dans les Outre-mer. La **Polynésie française** a reçu 84 741 croisiéristes³⁸ tandis que **La Réunion** en recevait 73 865. La forte progression du nombre de croisiéristes à La Réunion est due à l'intensification des activités de croisière de la compagnie Costa Croisière et à l'introduction de La Réunion comme escale dans les croisières « tour du monde » de la compagnie Cunard Line³⁹. À **Saint-Barthélemy**, l'activité de croisière est dynamique en 2014 : 197 paquebots ont accosté au port de Gustavia avec 63 804 passager.ère.s. Dans les autres territoires ultramarins, l'activité de croisière est peu développée.

Graphique n° 4 Nombre de croisiéristes dans les Outre-mer en 2016



Source : Insee, ISEE, ISPF, IEDOM, IEOM, comités régionaux de tourisme (IRT, CMT, etc.)

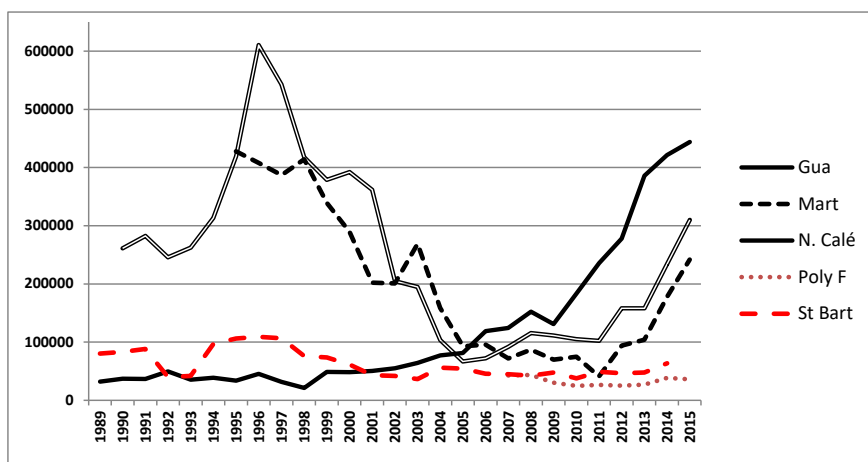
³⁸ Ces croisiéristes se répartissent en 35 887 personnes en croisière intrapolynésienne et en 48 854 personnes en croisière transpacifique.

³⁹ IEDOM, *La Réunion 2016*, édition 2017, p. 99.

Évolution du nombre de croisiéristes

- Évolution pour les territoires ultramarins qui reçoivent le plus de croisiéristes : **Guadeloupe, Martinique, La Réunion et Saint-Barthélemy.**

Graphique n° 5 Évolution du nombre de croisiéristes en Guadeloupe, en Martinique, en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française et à Saint-Barthélemy

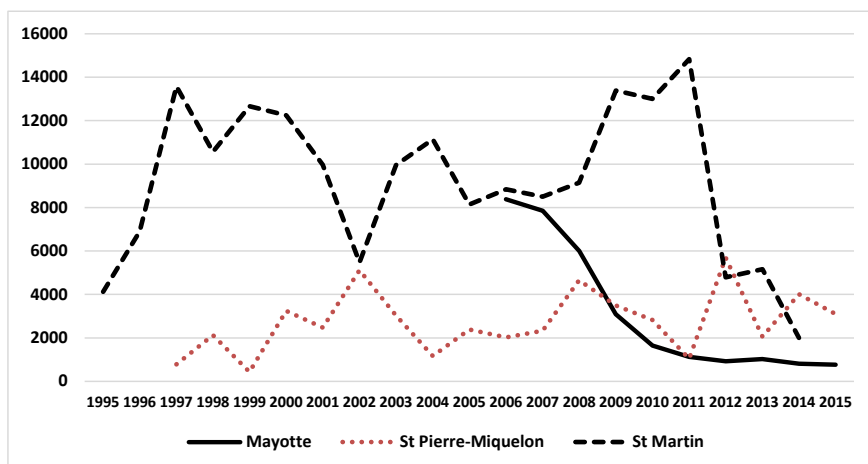


Source : Insee, ISEE, ISPF, IEDOM, IEOM, comités régionaux de tourisme (IRT, CMT, etc.

En 2015, la **Nouvelle-Calédonie**, la **Martinique** et la **Guadeloupe** sont trois destinations ultramarines importantes pour les croisiéristes. En **Nouvelle-Calédonie**, le nombre de croisiéristes est resté relativement faible pendant les années 1990. C'est au début des années 2000 qu'il a commencé à croître de façon spectaculaire pour atteindre un record historique en 2016 avec 509 500 croisiéristes. En **Guadeloupe** et en **Martinique**, les évolutions sur le long terme jouent aux montagnes russes. En **Guadeloupe** le nombre de croisiéristes a d'abord connu une forte croissance pour s'établir en 1996 à 610 000, puis il a été presque divisé par 10 dans la décennie suivante pour toucher un minimum à 67 000 en 2005. L'activité s'est ressaisie ensuite, mais n'a vraiment redécollé qu'à partir de 2012. En **Martinique**, le nombre de croisiéristes est très élevé entre 1995 et 1998, puis la chute est forte et continue avec un nombre de croisiéristes presque divisé par 10 pour aboutir à 41 000 en 2011. Depuis la reprise est solide. En **Polynésie française**, le secteur de la croisière a traversé une période de crise de 2009 à 2011 lié à une désaffection des principaux opérateurs vis-à-vis de la destination. Depuis l'activité est en croissance : le nombre d'escales est passé de 570 en 2012 à près de 1 040 en 2016.

- Évolution pour les territoires ultramarins qui reçoivent le moins de croisiéristes : **Mayotte, Saint-Martin et Saint-Pierre et Miquelon.**

Graphique n° 6 Évolution du nombre de croisiéristes à Mayotte, à Saint-Martin et à Saint-Pierre et Miquelon



Source : Insee, ISEE, ISPF, IEDOM, IEOM, comités régionaux de tourisme (IRT, CMT, etc.)

À **Mayotte**, depuis 2006, l'activité de croisière est en train de disparaître. À **Saint-Martin**, l'activité de croisière côté français ne peut pas être comparée à celle de la partie néerlandaise, car le port de Marigot ne dispose pas des mêmes infrastructures que le port en eau profonde situé à Philipsburg qui permet l'accueil simultané de plusieurs bateaux de croisière de très grande capacité. De plus cette activité est parfois pénalisée par les mauvaises conditions climatiques (fortes houles, cyclones) qui rendent la navigation difficile aux abords des quais. Enfin depuis 2012, elle a connu une forte chute, passant de 14 800 croisiéristes en 2011 à 2 000 en 2014, en raison de la modification des itinéraires de certaines compagnies qui faisaient traditionnellement escale à Marigot et se sont orientées vers les pays d'Amérique latine⁴⁰.

⁴⁰ IEDOM, « Le tourisme à Saint-Martin, un positionnement touristique à concrétiser », *Note Expresse*, n° 320, mars 2015, p. 4.

Les plaisancier.ère.s dans les Outre-mer

La plaisance est une activité bien développée dans les territoires ultramarins, mais les données relatives à ce secteur sont trop lacunaires. Il est ainsi difficile de dresser l'état des lieux des installations portuaires et des services de réparation et/ou d'entretien des bateaux qui favorisent la fidélisation des plaisancier.ère.s tout en créant de l'activité et de l'emploi.

Le plus grand port de plaisance des Petites Antilles est celui la Marina du Marin, dans le sud de la **Martinique**⁴¹. En 2015, le port du Marin a accueilli 55 000 plaisancier.ère.s et plus de 4 000 escales. Le port compte 830 places à quai et 100 bouées. À terre, il propose 6 500 m² de centre commercial et regroupe 78 professionnel.le.s. Le port est également équipé d'une station-service dernière génération avec une pompe très haut débit (12m³/heure), très appréciée des bateaux de grande plaisance (221 escales en 2015). Lors de la haute saison, confronté à un manque de place, le port du Marin est contraint de diriger des plaisancier.ère.s qu'il ne peut accueillir, vers l'île voisine de Sainte-Lucie. La plaisance est donc un secteur en pleine progression comme en témoigne l'activité du port du Marin. Mais le secteur reste mal connu et peu étudié.

La **Guadeloupe** est une destination appréciée pour la pratique de la plaisance⁴². L'île compte trois marinas : à Bas-du-Fort au Gosier, à Saint-François et à Rivière-Sens (à Gourbeyre). L'archipel des Saintes, dont la baie de Terre-de-Haut est considérée comme l'une des plus belles du monde, est également un atout majeur pour la Guadeloupe. Guadeloupe Port Caraïbes et les acteur.rice.s locaux.ales contribuent à l'essor de l'activité nautique, notamment avec l'organisation d'événements véliques tels que la Route du Rhum (2014) et la Mini Transat Iles de Guadeloupe (2015). L'île de **Saint-Barthélemy** ne possédant pas de marina, le port de Gustavia accueille les bateaux de plaisance au même titre que les ferries et les bateaux de croisière. L'activité de plaisance est indéniablement une activité phare et les rendez-vous véliques témoignent du succès de la destination et confortent son image de « *destination voile* » : la Saint-Barths Bucket Regatta, les voiles de Saint-Barth, l'arrivée de la transat AG2R et la West Indies Regatta. La destination a accueilli 38 726 plaisancier.ère.s en 2015. Les limites des infrastructures, les effets de houle ainsi que les réalités spatiales de l'île doivent être pris en compte dans un contexte régional très concurrentiel⁴³. La configuration de **l'espace polynésien**, caractérisé par ses îles en chapelets et ses lagons balisés, devrait constituer un atout pour le développement de la plaisance notamment sous la forme de navigation charter⁴⁴, mais ce marché de niche à haute rentabilité demeure embryonnaire. En effet, le charter nautique est actuellement

41 Olivier Dehoorne, « La Baie du Marin (Martinique) : l'organisation d'un nouvel espace touristique autour de la plaisance », in *Les risques naturels majeurs dans la Caraïbe, Études caribéennes*, n° 7, août 2007, <http://etudescaribeennes.revues.org/381>.

42 IEDOM, *Guadeloupe 2015*, édition 2016, p. 103.

43 Comité territorial de tourisme de Saint-Barthélemy, *Rapport annuel 2014*, p. 42.

44 La navigation « charter » est une navigation touristique maritime à but lucratif, à laquelle s'applique un régime fiscal et douanier particulier. L'exploitation d'un navire au charter consiste, pour le propriétaire de ce navire ou son représentant.e, à louer à la demande à une ou plusieurs personnes dans des conditions définies par contrat, ce bâtiment et éventuellement les services d'un équipage employé à son armement, pour une durée déterminée, sur des itinéraires pouvant varier, dans les termes et selon la périodicité minimale d'exploitation définie par la présente délibération. En cours de navigation, la navigation charter peut se conjuguer avec une activité hôtelière secondaire. Délibération n° 95-19 AT du 19 janvier 1995 portant organisation de la navigation charter en Polynésie française (JOPF du 2 février 1995, n° 5, p. 265)

composé d'une centaine de navires, chiffre qui n'a que peu évolué depuis 2007 (où l'on comptait 90 bateaux). En 2015, plusieurs dossiers de défiscalisation ont été agréés pour le renouvellement d'une partie de la flotte charter disponible à la location⁴⁵. Les infrastructures portuaires ont été améliorées puisqu'une nouvelle marina a été inaugurée au centre de Papeete en avril 2015. Elle dispose de deux pontons flottants qui peuvent accueillir 94 navires sur une superficie de 3 hectares.

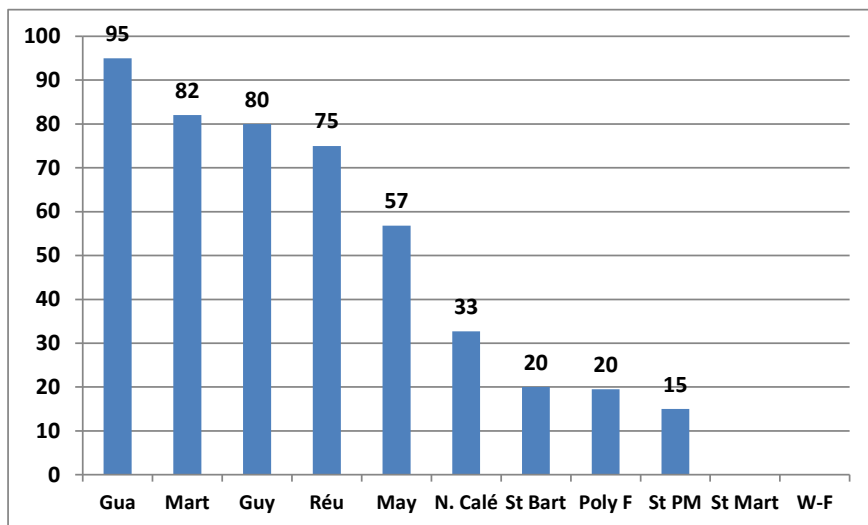
L'importance des touristes hexagonaux.ales pour les DOM

L'importance des touristes originaires de l'hexagone dans les départements d'Outre-mer est le reflet d'une faible attractivité internationale et souvent d'un mauvais positionnement sur le plan régional. Le ralentissement de l'activité touristique observé dans les îles de la **Guadeloupe** et de la **Martinique** s'est traduit par un déclin des clientèles internationales, notamment la raréfaction des Étatsunien.ne.s présent.e.s dans les décennies 1970-1980. La dépréciation de la destination se traduit par un renforcement de la présence des clientèles nationales, de l'hexagone et des Outre-mer voisins. Le tourisme dépend alors essentiellement d'un seul type de marché émetteur avec tous les dangers que cette situation recèle en cas de retournement de la conjoncture. Ces clientèles fidèles à l'Outre-mer tendent également à vieillir ; les plus jeunes générations, généralement, sont plus ouvertes aux offres internationales et ne portent pas le même attachement aux destinations francophones.

Ainsi, en 2015, 57 % des touristes se rendant à **Mayotte** proviennent de l'hexagone et 36,3 % de La Réunion. Dans les autres collectivités d'Outre-mer et en **Nouvelle-Calédonie**, la réduction de la proportion de touristes hexagonaux atteste d'une ouverture plus grande vis-à-vis des pays qui appartiennent à leur bassin régional. En **Polynésie française**, en repli sur les quinze dernières années, le nombre de touristes français.e.s est inférieur de 29 % par rapport à 2001.

⁴⁵ IEOM, *Polynésie française 2015*, édition 2016, p. 107.

Graphique n° 7 Proportion de touristes venant de l'Hexagone dans les Outre-mer

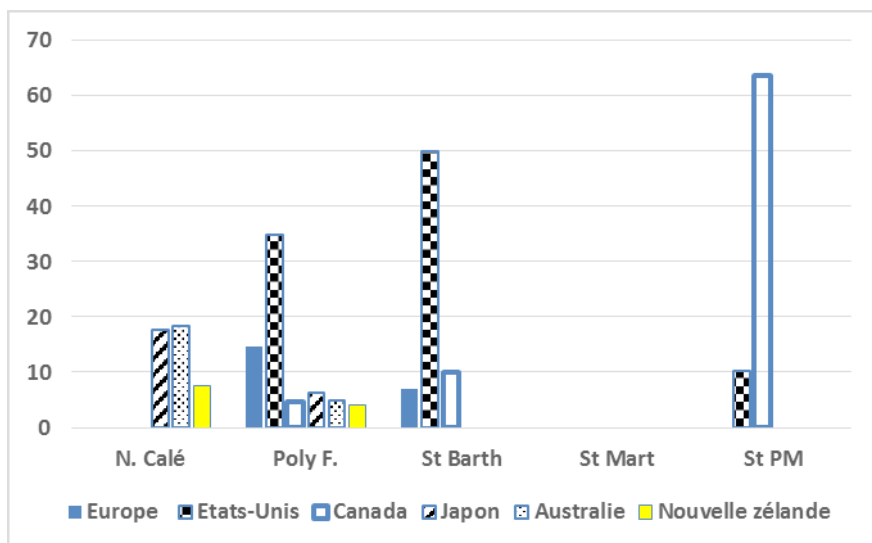


Source : Insee, ISEE, ISPF, IEDOM, IEOM, comités régionaux de tourisme (IRT, CMT, etc.)

Les clientèles internationales sont majoritaires dans les territoires de la **Polynésie française**, de **Nouvelle-Calédonie**, **Saint-Martin**, **Saint-Barthélemy** et **Saint-Pierre et Miquelon**. La Polynésie française apparaît comme le territoire disposant de la palette la plus étendue de pays étrangers intéressés. Le marché nord-américain est très important pour des destinations comme la Polynésie française, Saint-Barthélemy et Saint-Pierre et Miquelon. L'Amérique centrale et du Sud commencent à être des marchés prometteurs pour Saint-Barthélemy et pourraient l'être aussi pour la Polynésie française. Dans le Pacifique, le Japon, l'Australie et la Nouvelle-Zélande sont des pays émetteurs importants pour la Nouvelle-Calédonie et la Polynésie française. Pour la plupart âgé.e.s entre 20 et 49 ans, les touristes nippon.ne.s viennent en Nouvelle-Calédonie majoritairement pour y passer leurs vacances (92 %). Il.elle.s logent à l'hôtel (95 %) en privilégiant l'offre haut de gamme et les séjours courts d'environ une semaine. Les touristes chinois.e.s commencent à émerger en Polynésie française. Leur nombre a décuplé, passant de 500 en 2009 à 5 500 en 2015.

L'existence de pays émetteurs communs à plusieurs territoires ultramarins devrait inciter les territoires concernés à mener des actions communes notamment de promotion. Le Cluster Outre-mer devrait en conséquence compléter ses actions en direction des pays européens par des initiatives vers d'autres destinations comme les États-Unis, le Canada, le Japon, l'Amérique centrale et du sud, etc.

Graphique n° 8 Principales origines géographiques en % des touristes ne provenant pas de l'Hexagone

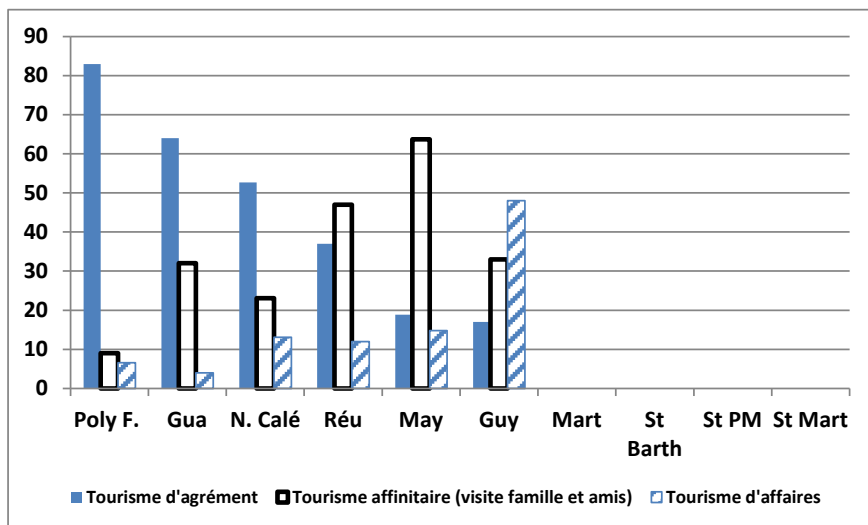


Source : Insee, ISEE, ISPF, IEDOM, IEOM, comités régionaux de tourisme (IRT, CMT, etc.).

Tourisme d'agrément, tourisme affinitaire, tourisme d'affaires

Il est difficile de connaître pour chaque territoire ultramarin visité le motif déterminant pour les visiteurs. La **Guyane** présente un profil atypique puisque près de la moitié des touristes évoquent des raisons professionnelles. À **Mayotte** et à **La Réunion**, le principal motif évoqué est la visite de la famille ou d'amis. Ce tourisme affinitaire s'explique par la présence de nombreux Réunionnais et Mahorais dans l'hexagone, mais aussi par la présence de Mahorais à **La Réunion**. Ce tourisme affinitaire est aussi important en **Guadeloupe** ou en **Martinique**. Ces pratiques touristiques sont à l'origine d'une seconde saison touristique (juillet – août principalement) qui par le passé constituait la basse-saison touristique. L'arrivée dans les îles de ces touristes issus des diasporas Outre-mer installées en France hexagonale devient un temps fort de l'année, particulièrement festif, avec des animations qui associent fêtes, patrimoine et identité à l'image de la compétition du tour des Yoles à la **Martinique**. Le tourisme affinitaire se caractérise le plus souvent par un faible recours aux services hôteliers, mais peut en revanche susciter une consommation accrue d'activités touristiques, les hôtes accompagnant les touristes qu'ils accueillent dans la pratique de celles-ci. Le tourisme de séjour prédominerait en **Polynésie française**, **Nouvelle-Calédonie**, **Guadeloupe**, **Martinique**, à **Saint-Barthélemy**, **Saint-Martin** et **Saint-Pierre et Miquelon**.

Graphique n° 9 Répartition (en %) des touristes dans les Outre-mer selon le motif de leur séjour



Source : Insee, ISEE, ISPF, IEDOM, IEOM, comités régionaux de tourisme (IRT, CMT, etc.).

Le tourisme d'affaires reste très faible dans les destinations d'Outre-mer. Les infrastructures sont essentiellement réduites à quelques hôtels haut de gamme. Les événements accueillis restent très ponctuels, il n'y a pas de véritable culture de tourisme d'affaires comme cela existe dans les villes de congrès. Pour l'heure, en dépit de la volonté affichée de se positionner sur ce type de tourisme, ces territoires n'ont pas encore les moyens de rivaliser avec les destinations régionales spécialisées. Mais des perspectives intéressantes existent sur des marchés de niche et le CESE dans son avis *Le tourisme d'affaires, un atout majeur pour l'économie*⁴⁶, encourageait déjà les Outre-mer à s'engager dans cette voie.

Les flux de touristes dans le temps

« [En France], 80 % de la fréquentation touristique se concentrent sur 20 % des territoires et la moitié des nuitées touristiques intervient sur 3 mois de l'année.⁴⁷ »

La question de la saisonnalité de l'activité touristique doit être prise en compte et illustrée. À titre d'exemple, dans l'avis *Le Tourisme, perspective d'avenir de l'Outre-mer français*⁴⁸, il est écrit qu'en Martinique plus de la moitié des touristes arrivent entre décembre et avril. Cette saisonnalité peut s'expliquer par le rythme des vacances des touristes en particulier des métropolitain.e.s, par les conditions climatiques plus ou moins favorables à certains

⁴⁶ Bernard Plasait, *Le tourisme d'affaires, un atout majeur pour l'économie*, avis du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2007-15, juillet 2007, p. 55.

⁴⁷ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapport du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, décembre 2014, p. 14.

⁴⁸ Cécile Felzines, *Le tourisme, perspective d'avenir de l'Outre-mer français*, avis du CESE, 2007-n° 1, janvier 2007.

moments de l'année, etc. Elle a des conséquences sur l'activité touristique en termes de recrutement et d'hébergement des salarié.e.s saisonnier.ère.s, de taux de remplissage des structures d'hébergement, de pression sur les écosystèmes, de traitement des déchets, de consommation d'eau, etc.

Concentration spatiale du tourisme dans les Outre-mer

À la forte saisonnalité du tourisme dans les Outre-mer, s'ajoute la concentration du tourisme dans l'espace. Selon l'étude réalisée par Olivier Dehoorne⁴⁹ sur l'île de la **Martinique**, la concentration spatiale de l'activité pose de sérieux problèmes : seulement 2 % du territoire de la Martinique connaissent une fréquentation intense, et 10 % une fréquentation importante. L'offre hôtelière confirme cette logique : les trois cinquièmes des lits touristiques sont regroupés dans les quatre communes du littoral sud (Trois-îlets, Sainte-Anne, Sainte-Luce, Diamant). Et naturellement, au sein de chacune de ces communes, l'hôtellerie se concentre sur les petites portions littorales les plus prisées. Les gîtes (268 gîtes de France pour 904 lits) et chambres d'hôtes (948 lits) qui complètent le dispositif d'hébergements marchands et suivent la même logique spatiale. Sur un total de l'ordre de 7,5 millions de nuitées touristiques (tourismes national, international et intérieur), les trois quarts sont effectuées sur les franges méridionales de l'île, le pourtour de la baie de Fort-de-France et dans quelques secteurs des côtes sud atlantiques. Cette double concentration spatiale et temporelle n'est pas sans impact sur le milieu d'accueil. Embouteillages, nuisances variées et tensions sont le lot de ces territoires.

À l'image d'autres petites destinations insulaires, une île comme celle de la Martinique connaît d'importants déséquilibres touristiques sur son territoire. Dans le cas présent, les flux touristiques se concentrent sur les rivages bordés de récifs coralliens du sud de l'île, tandis que le nord de l'île, rural et montagneux, reste très peu aménagé. Tous les aménagements et les infrastructures touristiques se sont concentrés sur les plages les plus attractives, et inversement, l'intérieur de l'île dominé par l'agriculture et les ressources forestières, propice à des approches culturelles ou écotouristiques, demeure à l'état de « potentialité » touristique.

2. La dégradation de l'offre d'hébergement dans les Outre-mer

L'hébergement des touristes dans les Outre-mer peut prendre plusieurs formes. Il peut être marchand : en hôtel⁵⁰, pension de famille, résidence de tourisme⁵¹, location de vacances, chambre d'hôtes, gîtes ruraux, gîtes de montagne, meublés touristiques, village de vacances, etc. Il peut aussi être non marchand : chez des ami.e.s ou de la famille. Établir de

49 Olivier Dehoorne, *Les déboires du tourisme à la Martinique*, travaux et documents, n° 32 : 85-106, 2007.

50 Selon l'Insee, pour être qualifié d'« hôtel de tourisme », un établissement hôtelier doit comporter au moins 5 chambres et recevoir une clientèle de passage.

51 Selon l'Insee, la résidence de tourisme est un établissement commercial d'hébergement classé, faisant l'objet d'une exploitation permanente ou saisonnière. Elle est constituée d'un ensemble homogène de chambres ou d'appartements meublés, disposés en unités collectives ou pavillonnaires, offert en location pour une occupation à la journée, à la semaine ou au mois à une clientèle touristique qui n'y élit pas domicile. Elle est dotée d'un minimum d'équipements et de services communs. Elle est gérée dans tous les cas par une seule personne physique ou morale. Une résidence de tourisme peut être composée d'hébergements de nature variée : appartement, chambre, mobile home (type camping). Les résidences de tourisme classées le sont selon les nouvelles normes Atout France en vigueur depuis juillet 2012. Elles sont classées de 1 à 5 étoiles.

façon exhaustive pour l'ensemble des Outre-mer, la carte de l'hébergement marchand dans toute sa diversité est actuellement impossible, l'information la plus complète concernant uniquement les hôtels. La croissance de l'économie collaborative dans le domaine des locations entre particulier.ère.s dans les territoires ultramarins complique un peu plus la description de l'offre d'hébergement dans ces territoires.

Tableau n° 1 Établissements d'hébergements touristiques en 2017

	Hôtels de tourisme	Campings	Résidences de tourisme et hébergements assimilés	Villages de vacances et maisons familiales	Villas	Auberges de jeunesse, centres internationaux de séjour, centres sportifs
Guadeloupe	52	0	0	1		2
Martinique	50	0	0	0		2
Guyane	29	0	2	0		0
La Réunion	79	0	0	3		1
Mayotte						
Saint-Barthélemy	26				462	
Saint-Martin						
Saint-Pierre et Miquelon						
Polynésie française						
Nouvelle-Calédonie						
Wallis-et-Futuna						
France hexagonale	18 172	8 431	2 185	917		225

Source : Insee en partenariat avec la Direction générale des entreprises (DGE) et les partenaires territoriaux. Le site Internet de l'Insee ne met pas à disposition les données pour les autres territoires ultramarins. Comité de tourisme de Saint-Barthélemy (données 2014).

Une forte réduction de la capacité hôtelière depuis 2000

De nombreux territoires ultramarins ont connu une forte réduction de leur capacité hôtelière depuis 2000. **En Guadeloupe⁵²**, la capacité hôtelière s'est développée dans les années 60-70 avec l'aménagement de la Riviera sud et la création de 2 000 chambres d'hôtel dans les communes de Gosier, Sainte-Anne et Saint-François. Ce développement soutenu par les dispositifs de défiscalisation s'est poursuivi au cours des années 80 et 90 pour atteindre en Guadeloupe continentale une capacité d'accueil de 4 460 chambres en 1999. **Depuis 2000, la Guadeloupe a enregistré la fermeture de nombreuses unités.** Cette tendance s'est accentuée avec la crise internationale et le conflit social de 2009. La récente fermeture des hôtels Karibea, Manganao et Eden Palm (soit un total de 576 chambres) en 2015, réduit la capacité hôtelière de l'archipel et témoigne des difficultés du secteur. En 2016, selon l'Insee, les établissements hôteliers répertoriés en Guadeloupe offrent 3 236 chambres, dont 20,4 % ne sont pas classés. **En Martinique⁵³**, au cours des dernières années, le nombre d'hôtels et résidences hôtelières a diminué en raison notamment de difficultés financières prononcées. Selon l'INSEE, le nombre de chambres est ainsi passé de 7 722 en 2006 à 3 431 en 2014 puis 3 143 en 2015 pour finir à 3 021 en 2016. En **Polynésie française**, l'offre hôtelière s'appuie en 2016 sur une hôtellerie

⁵² IEDOM, *Guadeloupe 2016*, édition 2017, p. 101.

⁵³ IEDOM, *Martinique 2016*, édition 2017, p. 116.

d'envergure internationale de 45 établissements qui disposent de 2 749 chambres. Elle est concentrée sur les îles de Bora-Bora, Tahiti et Moorea. Elle rassemble à la fois de grands groupes internationaux comme Starwood (Le Méridien, Saint Regis), Accor (Sofitel), Hilton (à Moorea et Bora-Bora), Intercontinental (à Tahiti, Moorea, Bora-Bora et Tetiaroa), et des entreprises locales, comme *South Pacific Management* (*Pearl Resorts*, dont Le Tahaa, labellisé Relais & Châteaux) ou Maitai (Bora-Bora, Rangiroa et Huahine). La capacité hôtelière n'a cessé de croître jusqu'en 2009, dynamisée par les dispositifs de défiscalisation⁵⁴. Entre 2007 et 2010, avec la chute de la fréquentation touristique, la Polynésie française a pâti d'un « effet ciseau » (moins de touristes pour davantage de structures) qui a pesé sur la rentabilité des établissements et entraîné la fermeture de plusieurs hôtels emblématiques tel que le Hawaiki Nui à Raiatea en mars 2015⁵⁵. La clientèle de ces établissements est essentiellement constituée de touristes internationaux : les résidents représentent seulement 12 % des nuitées vendues en 2016.

Autres types d'hébergement

Depuis quelques années, l'offre d'hébergement dans les Outre-mer se diversifie avec la croissance du nombre de gîtes, de meublés touristiques, de pensions, de villas ou d'hébergement chez l'habitant.e. Cette offre d'hébergement alternative aux offres de l'hôtellerie traditionnelle est cependant plus difficile à décrire faute notamment de statistiques et/ou d'études. En **Guadeloupe**, selon l'enquête régionale sur les touristes de séjour, les gîtes et meublés touristiques représentent 26 % des choix en 2016. En **Polynésie française**, la petite hôtellerie constitue dans de nombreuses îles, l'unique possibilité d'hébergement et d'accueil touristique. En 2016, elle représente un tiers de la capacité d'hébergement polynésienne avec 1 429 chambres ou bungalows répartis dans 299 petites structures familiales. Elle est concentrée sur l'archipel de la Société (57 % des établissements) et aux Tuamotu-Gambier (28 %). Au total, moins de 11 % des touristes y séjournent. Ce mode d'hébergement séduit davantage la clientèle européenne : les pensions de famille ont ainsi attiré plus d'un tiers des touristes français.e.s et 12 % des autres européens, contre seulement 3 % des Américain.e.s.

Qualité de l'offre d'hébergement

Sur les processus de qualification de l'offre d'hébergement⁵⁶ dans les Outre-mer, les enjeux sont importants, car la situation actuelle n'est pas satisfaisante comme l'indiquait M. Philippe Maud'hui⁵⁷ lors de son audition. Si on compare le taux d'établissements classés

54 IEOM, « Le tourisme en Polynésie française en quête d'un second souffle », *Note Expresse*, n° 147, janvier 2015.

55 Ouvert en 1966, cet établissement de 28 chambres, le plus grand et le plus ancien hôtel de Raiatea, avait construit les premiers bungalows sur l'eau au monde.

56 Les hôtels classés le sont selon les nouvelles normes Atout France en vigueur depuis juillet 2012. Ils sont classés en cinq catégories, de 1 à 5 étoiles, en fonction de leur confort, de leur équipement et de leurs services. Selon l'Insee, les hôtels « non homologués » sont des hôtels qui ne bénéficient pas d'un classement « tourisme ». On retiendra uniquement les hôtels offrant des chambres ou des appartements meublés en location à une clientèle de passage ou à une clientèle qui effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine ou au mois. Parmi les hôtels non homologués tourisme retenus, on distinguera les hôtels de chaîne non homologués tourisme et les hôtels non homologués tourisme n'appartenant pas à une chaîne.

57 Audition de M. Philippe Maud'hui, Directeur de l'ingénierie et du développement des territoires d'Atout France, accompagné de Mme Marie-Laure Desmet, Sous-directrice des territoires et filières au sein de la Direction de l'ingénierie et du développement des territoires, devant les membres de la délégation à l'Outre-mer du CESE, le 10 mai 2016.

en matière d'hébergement collectif dans les Outre-mer et en métropole, on observe un différentiel très net. À titre d'exemple en 2017, en **Guadeloupe** (20 %), en Martinique (24 %) et à La Réunion (22 %), la proportion de chambres des hôtels de tourisme non classés est supérieure à la moyenne hexagonale (12 %) tandis que celle de la Guyane lui est légèrement supérieure (14 %)⁵⁸. Par contre, pour les établissements classés dans ces quatre départements d'Outre-mer, la proportion d'hôtels de tourisme 3, 4 ou 5 étoiles est bien supérieure à celle de l'hexagone. Le classement n'est pas la panacée, mais c'est un critère de qualité pour les touristes. Non seulement l'offre d'hébergement s'est rétractée dans certains territoires ultramarins, mais l'offre existante n'est pas suffisamment qualifiée. Ce constat est problématique pour au moins deux raisons : une destination touristique doit disposer d'un stock d'hébergement, mais aussi d'un volume d'hébergement qualifié pour travailler avec des tours opérateurs ou des voyagistes. Quand elle ne dispose, comme Mayotte, ni de l'un ni de l'autre, c'est plus compliqué. L'enjeu, pour les destinations ultramarines, c'est premièrement d'arriver à reprendre un cycle de réinvestissement qualitatif, pour rejoindre les critères normaux de classement, et deuxièmement, de manière complémentaire, de faire entrer dans le processus de qualification l'offre nouvelle (les gîtes par exemple) qui a émergé. Cette démarche peut aussi aboutir à un positionnement de différenciation pour l'offre d'hébergement. Toutefois, comme le soulignait Gérard Ruiz⁵⁹ lors de son audition, « il s'agit de ne pas confondre tourisme durable et tourisme de qualité. Le tourisme durable s'applique partout comme la qualité, à cette différence près que la qualité n'est qu'un élément du tourisme durable, une condition nécessaire à ce tourisme mais pas une condition suffisante. Par exemple un hôtel « 5 étoiles » peut proposer la qualité requise pour un « 5 étoiles »... sans faire du durable. En effet on peut assurer au client un service impeccable, une restauration haut de gamme, un couchage extraordinaire mais sans se préoccuper du blanchissage, des détergents utilisés, de la provenance des aliments, de la consommation énergétique ou de la situation des employés. Pour faire du durable, il faut être dans la responsabilité sociale des entreprises, mobiliser des indicateurs et s'interroger sur la façon de garantir une prestation de qualité tout en s'assurant qu'elle soit durable ».

À titre d'exemple, en Polynésie française, la gamme luxe domine le secteur de l'hôtellerie internationale avec 19 établissements classés 4 ou 5 étoiles en 2016. Les établissements de la petite hôtellerie familiale font l'objet d'une classification en nombre de « tiarés » établie par la *Tahiti Tourism Authority*, reposant sur les attraits touristiques de leur site d'implantation et sur les installations et services proposés⁶⁰. En 2016, sur les 288 structures en activité, moins d'un tiers fait l'objet d'une classification et 11 % sont classés trois tiarés. Par ailleurs, l'Association des hôtels de famille de Tahiti et ses îles (AHFTI) tente de promouvoir la qualité par le biais d'une charte garantissant pour les client.e.s une qualité d'accueil et d'authenticité. En collaboration avec le GIE Tahiti Tourisme, l'association a créé le label « la ora, au cœur des traditions ». Attribué à 119 établissements, il vient en complément du classement administratif par tiaré.

58 Source : Insee en partenariat avec la Direction générale des entreprises (DGE) et les partenaires territoriaux, 2017. Les données pour Mayotte ne sont pas disponibles et le site Internet de l'Insee ne met pas à disposition les données pour les autres territoires ultramarins.

59 Audition de M. Gérard Ruiz, inspecteur général honoraire de l'administration du développement durable, avec la rapporteure de l'étude, le 23 mai 2016.

60 IEOM, *Polynésie française 2016*, édition 2017, pp. 97 et 98.

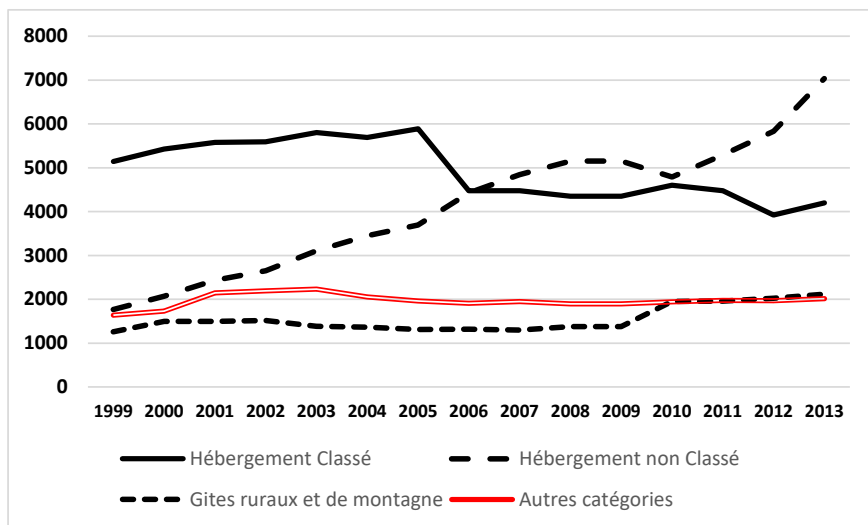
Taux d'occupation et rentabilité des structures d'hébergement

Dans les Outre-mer, les taux d'occupation et la rentabilité sont variables. En Polynésie française, le coefficient moyen de remplissage (CMR) de l'hôtellerie internationale a atteint 64,6 % en 2015 et est supérieur à son niveau d'avant crise (62 % en 2006). L'activité de la petite hôtellerie n'est pas épargnée par la crise : en baisse de 7 points depuis 2007, le CMR des pensions de famille est particulièrement faible : 24 % en 2015. Il reste bien souvent insuffisant pour dégager les capacités de financement nécessaires à l'amélioration ou au développement des prestations touristiques proposées. Ce taux d'occupation est plus élevé dans les établissements classés (29 % contre 20 %) et dans les pensions situées dans les îles du Vent (30 % contre 20 % dans les archipels éloignés).

Évolution dans le temps de l'offre d'hébergement : le cas de La Réunion

La Réunion dispose de la carte la plus complète de l'offre d'hébergement touristique sans être pour autant exhaustive. De 1999 à 2013, le nombre de lits augmente passant de 9 800 à 15 400. Sur une longue durée, on observe la crise de l'hébergement classé, la croissance de l'hébergement non classé et l'augmentation de certaines catégories comme les gîtes, en particulier les gîtes de montagne, tandis que les autres formes d'hébergement (chambre d'hôtes, meublés touristiques, villages de vacances) repérées stagnent.

Graphique n° 10 Évolution du nombre de lits de l'offre d'hébergement à La Réunion



Source : IRT et observatoire de La Réunion.

Les difficultés inhérentes à l'hébergement dans les Outre-mer

La stratégie foncière est un véritable problème dans les Outre-mer. En effet, sans accès au foncier, on ne peut pas produire ou développer d'activités. Les conflits d'usage entre les activités économiques et touristiques et les impératifs de préservation des milieux naturels, la spéculation immobilière, la rareté, l'indivision, l'usage coutumier, l'émiettement, les différents statuts juridiques, etc. sont autant de difficultés à surmonter notamment si les territoires ultramarins souhaitent augmenter leur fréquentation touristique.

Le vieillissement des hébergements et les friches touristiques

Dans les territoires ultramarins, certains hôtels ont vieilli tandis que d'autres ont été carrément laissés à l'abandon et sont devenus de véritables verrues touristiques, comme le souligne Olivier Dehoorne à propos du site de la Pointe-du-Bout à la **Martinique**⁶¹. L'évolution de la Pointe-du-Bout illustre ce processus de saturation de l'espace et de perte d'attractivité du territoire. Construit sur une presqu'île inhabitée, ce lieu touristique était structuré par quelques hôtels internationaux ouverts sur des plages artificielles orientées vers la ville de Fort-de-France. Ce site, fleuron du tourisme martiniquais dans les années 1980, était apprécié des clientèles nord-américaines et françaises, plutôt cossues, qui évoluaient en toute sécurité dans un environnement privilégié réservé au tourisme international. Mais le site a vieilli, l'espace s'est raréfié devant la progression de l'urbanisation. En l'espace d'une quinzaine d'années, les nouvelles constructions, résidences permanentes et saisonnières, se sont accumulées autour des hôtels. L'urbanisation sature ce lieu : encombrement, embouteillages, nuisances variées, autant de signes défavorables qui ont conduit les première.s investisseur.euse.s à vendre leurs hôtels dès la fin des années 1990.

Saturé, vieilli, le lieu ne répond plus aux conditions nécessaires pour le tourisme international. Cet exemple nous rappelle la nécessité de prendre en compte les caractéristiques du territoire d'accueil et dans le cas d'une île comme la Martinique, l'importance de l'espace, des limites spatiales de l'île, la gestion de l'espace en tant que ressource essentielle.

Lors de son audition⁶², M. Crispin, président du CESER de la Martinique, a rappelé qu'en Martinique, les dispositifs de défiscalisation avaient parfois eu des conséquences négatives dans le secteur de l'hébergement touristique. En effet, certains beaux hôtels ont fini par être morcelés en appartements pour être vendus. Le secteur touristique a ainsi perdu des lieux intéressants pour se développer alors que le foncier est plutôt rare.

L'utilisation des friches touristiques existantes pour développer le tourisme devrait être favorisée afin de limiter l'utilisation d'autres espaces fonciers dans les Outre-mer. Atout France a d'ailleurs publié un guide technique intitulé « Urbanisme et tourisme » qui traite des questions de réhabilitation. Toutefois la contrainte financière doit être prise en compte car il est plus onéreux de démolir pour reconstruire que de construire directement du neuf.

61 Olivier Dehoorne, Sopheap Theng, « Le tourisme à la Martinique : de l'usure d'un modèle à la perte d'attractivité d'un territoire », in Olivier Dehoorne, Huhua Cao, Dorina Ilies, *Brownfields, friches urbaines et recompositions territoriales. La durabilité en question*, Publibook, 2016, pp. 141-163.

62 Audition sous la forme de table ronde, le 22 mars 2016, au CESE des président.e.s et des représentant.e.s du CESER de la Martinique, de La Réunion, de Guyane, de la Guadeloupe, du CESC de Saint-Martin, du CESC de Polynésie française, du CESE de Mayotte.

3. Les questions récurrentes de l'accessibilité, de l'éloignement et du coût des transports

Les niveaux tarifaires très élevés des billets aériens sont une difficulté importante pour le développement du tourisme dans les Outre-mer⁶³. Bien que posé depuis plusieurs années, le problème n'est pas réglé, il suffit de constater les prix pratiqués sur le marché qui restent stables. Malgré l'arrivée récente sur le marché de nouvelles compagnies, notamment de compagnies à bas coûts, le prix n'a pas baissé. Les compagnies aériennes restent dans une situation de fragilité financière sur ces destinations qui ne leur permet pas de faire baisser le prix des billets. Les compagnies invoquent le niveau de taxes, mais aussi les coûts d'exploitation et la masse salariale. Par conséquent, la tarification est un élément à prendre en compte dans le développement touristique, mais l'on peut aussi s'interroger sur les risques induits par une massification qu'entraînerait l'augmentation de la fréquentation. **Une meilleure tarification en basse saison permettrait toutefois d'élargir la saison touristique et ainsi de remplir l'objectif d'un développement plus équilibré rejoignant les perspectives d'un tourisme durable.**

L'éloignement entraîne un surcoût important en matière de transport, d'eau, d'énergie, allonge la durée des voyages, etc. Comme le rappelle la Commission nationale d'évaluation des politiques de l'État Outre-mer (CNEPEOM), « la desserte aérienne constitue un moyen d'établir une continuité territoriale entre l'hexagone et les territoires d'Outre-mer et permet en partie, de répondre aux enjeux de désenclavement et de développement économique de ces territoires.⁶⁴ » Cette desserte aérienne des Outre-mer joue un rôle primordial dans le développement du tourisme ultramarin qui pour la délégation à l'Outre-mer du CESE n'a pas vocation à devenir un tourisme de masse limitant ainsi les effets négatifs sur l'environnement de ce moyen de transport. Certaines collectivités locales ultramarines apportent leur soutien financier pour améliorer cette desserte sous le regard vigilant de la Commission européenne.

Au cours de son audition⁶⁵, Nicolas Vion, conseiller du CESER de Guadeloupe, a rappelé que l'essor du tourisme dans les Outre-mer butait régulièrement sur le problème de la desserte aérienne des territoires. Cette question lancinante renvoie au problème général du nombre de compagnies aériennes qui desservent les Outre-mer, au problème particulier du choix de l'aéroport au départ de la métropole (Roissy-Charles de Gaulle *versus* Orly), aux prix élevés des billets, à l'impact environnemental de ce moyen de transport, etc. Les Outre-mer ont apporté des réponses différentes à ces différents problèmes.

⁶³ De par leur géographie, les territoires d'Outre-mer sont situés à grande distance de l'hexagone et des autres grands marchés mondiaux, que sont en particulier les Etats-Unis, les autres pays européens hors France et les pays des BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud), grandes puissances commerciales émergentes actuelles. Ainsi, la Guadeloupe et la Martinique sont à 6 800 kilomètres de Paris, la Guyane à 7 000 kilomètres, La Réunion à 10 000 kilomètres, la Polynésie française à 16 000 kilomètres, Wallis-et-Futuna à 19 500 et la Nouvelle-Calédonie à 18 000 kilomètres. Pour ce qui est des autres marchés, la Martinique est à 3 200 kilomètres de New York, 2 300 kilomètres de la Floride, et 3 600 kilomètres de Montréal. Tahiti est à 9 500 kilomètres du Japon et à 11 000 kilomètres de Shanghai.

⁶⁴ Rapport biennal 2013-2014 de la Commission nationale d'évaluation des politiques de l'État Outre-mer sous la présidence de Chantal Berthelot, députée de la Guyane.

⁶⁵ Audition sous la forme de table ronde, le 22 mars 2016 au CESE, des président.e.s et des représentant.e.s du CESER de la Martinique, de La Réunion, de Guyane, de la Guadeloupe, du CESC de Saint-Martin, du CESC de Polynésie française, du CESE de Mayotte.

Comme le soulignait M. Nicolas Vion, « **La Guadeloupe et la Martinique** sont desservies à partir de l'aéroport d'Orly. Or la plupart des touristes européens et asiatiques arrivent à l'aéroport de Roissy. Ils doivent donc récupérer leurs bagages, traverser une partie de l'Île-de-France, faire réenregistrer leurs bagages, etc. pour finalement arriver à destination s'ils n'ont pas raté leurs correspondances... ». L'absence de *hub* à Roissy pour desservir les Outre-mer pénaliserait l'industrie touristique de ces territoires, car il allongerait la durée du voyage des touristes qui doivent passer d'un aéroport à un autre. Or les temps d'attente et de contrôle dans les aéroports ont déjà tendance à augmenter du fait notamment des menaces terroristes. Le trajet entre les deux aéroports pourrait aussi rebuter, car les bagages peuvent être volumineux sans parler d'éventuels équipements sportifs comme une planche de surf. Un *hub* à Roissy avait été mis en place pendant quelques mois par Air France, mais n'a pas perduré pour des raisons de coûts.

En ce qui concerne l'ouverture de lignes par des compagnies aériennes, M. Nicolas Vion a observé que « la compagnie Norwegian Airlines avait ouvert une ligne desservant notamment Boston, Baltimore, New York et la **Guadeloupe** et que le nombre de touristes américains et canadiens avait augmenté favorisant le taux de remplissage des établissements d'hébergement. » Cet exemple prouverait que c'est bien le développement du trafic aérien qui facilite l'essor de l'activité touristique et qu'il serait donc impératif que ce développement du trafic aérien soit soutenu pour chacun des territoires ultramarins et que la question du financement soit étudiée de façon approfondie. De même M. Crispin, président du CESER de la Martinique, a rappelé lors de son audition⁶⁶ que « durant les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix, la Martinique avait une vocation touristique internationale qui a progressivement disparu suite notamment à la fin de la desserte aérienne par American Airlines et Air-Canada ». Cette ouverture de nouvelles lignes permettrait de diversifier la clientèle touristique en allant la chercher directement dans les pays émetteurs.

En **Polynésie française**, la Stratégie de développement touristique pour la période 2015-2020 constate que « dans un marché touristique mondialisé, le rôle de la compagnie aérienne, en reliant le Pays aux marchés émetteurs, est crucial pour développer la stratégie d'une destination à fort potentiel. Idéalement, le parcours reliant la Polynésie française à la France (et à l'Europe), qui se fait uniquement via Los Angeles, devrait également pouvoir se faire par Sydney, Hong Kong, Tokyo, Santiago ou São Paulo avec des compagnies membres de One World. La compagnie aérienne de la Polynésie française, Air Tahiti Nui, pourrait contribuer à la croissance du tourisme par le développement de dessertes aériennes avec la Chine, l'Océanie ou l'Amérique latine. Dans cette perspective il est nécessaire de s'assurer que l'organisation et le dimensionnement de l'aéroport de Faa'a permettent l'accueil de nouvelles compagnies, le débarquement et l'embarquement de plusieurs vols simultanés et le stationnement de davantage d'avions.⁶⁷ » Il est également souligné que la politique commerciale et aérienne, trop tournée vers l'hémisphère Nord, a éloigné la Polynésie française de ses voisins géographiques et de marchés émetteurs prometteurs, notamment ceux de l'Océanie et de l'Amérique du Sud.

⁶⁶ Audition sous la forme de table ronde, le 22 mars 2016 au CESE, des président.e.s et des représentant.e.s du CESER de la Martinique, de La Réunion, de Guyane, de la Guadeloupe, du CESC de Saint-Martin, du CESC de Polynésie française, du CESE de Mayotte.

⁶⁷ Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020, p. 35.

Les transports, qui conditionnent la mobilité touristique vers les Outre-mer, sont responsables d'une production importante de CO₂. Si la part du tourisme dans les émissions mondiales de CO₂ était de 5 % en 2005, les transports représentaient 75 % de ces émissions (dont plus de la moitié pour le secteur aérien) contre 21 % pour les hébergements et 4 % pour les autres activités⁶⁸. En France, cette contribution du tourisme est évaluée à hauteur de 8 % des émissions nationales de gaz à effet de serre.

Les prix des billets d'avion à destination des Outre-mer sont élevés et freinent l'essor du tourisme. Une baisse de ces prix pourrait contribuer à la relance du secteur dans les territoires ultramarins. Ainsi en **Polynésie française**, « pour atteindre l'objectif de 300 000 touristes d'ici 2020, les coûts de transport aérien devront impérativement être revus à la baisse. Mettre en place une politique de vente de sièges à la dernière minute pourrait contribuer à la baisse du coût moyen de transport aérien.⁶⁹ » La question de la surcharge « carburant » fait également débat. Alors que 2015 a été marquée par la forte baisse des prix du pétrole, la surcharge « carburant » appliquée par Aircalin, partie intégrante du prix des billets d'avion, ne baisse qu'en début d'année 2016. Ce décalage est lié au fait que, de façon générale, les compagnies aériennes achètent leur carburant plusieurs mois à l'avance à un prix déterminé, pour se protéger de la volatilité des cours⁷⁰.

Enfin, longtemps considérée comme un handicap, la distance peut être exploitée comme un atout si l'on considère que cet éloignement a notamment favorisé la préservation de l'environnement et de la richesse de la biodiversité, permis la préservation de l'identité culturelle et des valeurs des territoires, etc. Ce renversement de perception peut être favorable aux Outre-mer du Pacifique alors que la démocratisation des voyages long-courriers amène à reconsidérer la notion même d'éloignement.

4. L'émergence accrue de la concurrence dans chaque bassin régional

Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), 1,2 milliards de touristes ont voyagé dans le monde en 2015, soit près de deux tiers de touristes supplémentaires par rapport à 2000. La demande touristique devrait continuer à augmenter. En effet, les prévisions de l'OMT sont optimistes : le cap du 1,4 milliard d'arrivées de touristes dans le monde devrait être franchi au plus tard en 2020 et celui du 1,8 milliard d'arrivées en 2030. Une part importante de ces arrivées supplémentaires serait toutefois orientée vers les pays émergents, et, pour la France comme pour l'Europe en général, cette augmentation ne sera donc pas au prorata. Les nouveaux touristes venant des pays émergents, et notamment de la zone Asie-Pacifique, se dirigeront de ce fait principalement vers des pays de cette zone. Des territoires comme la Nouvelle-Calédonie, la Polynésie française et Wallis-et-Futuna seraient donc particulièrement concernés. Toutefois, « face au discours global de l'omnipotence du tourisme international, il est bon de rappeler que la pratique touristique concerne majoritairement des personnes qui voyagent au sein de leurs pays : sans doute trois à quatre milliards pour celle-ci contre un milliard pour les voyageurs internationaux.⁷¹ »

⁶⁸ Organisation mondiale du tourisme (OMT), 2007.

⁶⁹ *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*, p. 68.

⁷⁰ IEOM, *Nouvelle-Calédonie 2015*, édition 2016, p. 113.

⁷¹ Philippe Duhamel, professeur de géographie à l'université d'Angers, « L'avènement des pratiques touristiques et leurs dynamiques contemporaines », in *Cahiers français « L'industrie du tourisme »*, n° 393, juillet-août 2016.

Ce sont donc les voyageur.euse.s internationaux.ales, mais aussi les habitant.e.s de l'hexagone que les Outre-mer essaient d'attirer et de fidéliser tout en étant en butte à la vive concurrence des pays et territoires appartenant à leur bassin régional. Ils bénéficient actuellement d'une conjoncture touristique plus favorable étant donné le climat d'insécurité qui s'est installé sur une partie de l'Europe marqué par des attentats, l'image ternie de nombreuses destinations méditerranéennes concurrentes, etc.

Le tourisme, outil de développement des pays en voie de développement proches des Outre-mer

Le tourisme est perçu par nombre de pays en voie de développement (PVD) et d'institutions internationales comme un outil de développement. Pour cette raison, son développement est particulièrement soutenu et la concurrence en est d'autant plus vive. Parmi ces pays en voie de développement figurent la plupart des pays et territoires concurrents des Outre-mer français.

Comme le souligne Jean-Jacques Nowak et Mondher Sahli⁷², « Pour la majorité des PVD pris isolément, le tourisme représente l'une des trois principales sources d'exportation et il est en tête des exportations dans au moins 11 des 48 pays les moins avancés (PMA - Comores, Vanuatu, Gambie, Tanzanie - OMT 2013) ». Pour les PVD, le tourisme présente de multiples avantages : une source de croissance économique, un fort potentiel de créations d'activités directes et indirectes en amont et en aval du secteur du tourisme, mais aussi de micro, petites et moyennes entreprises, la création d'infrastructures nécessaires au tourisme (transport, télécommunications, fourniture d'eau et d'électricité, système d'assainissement, etc.) qui peuvent aussi bénéficier aux autres secteurs productifs et aux populations locales, la création de nombreux emplois, car le tourisme est une activité intensive en travail, un encouragement à la préservation des actifs naturels et culturels, etc. Néanmoins ces avantages peuvent être sérieusement amoindris par l'existence d'une série de facteurs, comme les fuites internes et externes de devises et de revenus, capables d'en annuler les effets bénéfiques. D'autres désavantages peuvent exister : l'essor du tourisme peut nuire aux autres secteurs de l'économie, des conflits d'usage entre acteur.rice.s du tourisme et populations locales peuvent apparaître, la dégradation des milieux naturels et l'aggravation de la pollution résultant d'une activité touristique mal conçue et maîtrisée peuvent être observées.

Le tourisme international présente indéniablement des atouts pour les pays en voie de développement. C'est pourquoi la concurrence est si vive entre les territoires ultramarins et les pays et territoires appartenant à leur environnement régional que ce soit dans le bassin caribéen, sur le plateau des Guyanes, dans le Nord-Ouest atlantique, dans l'océan Indien et dans le Pacifique.

⁷² Jean-Jacques Nowak, Maître de Conférences en sciences économiques, Université de Lille - Rime-Lab, et *International Association for Tourism Economics* ; Mondher Sahli, Associate Professor, *Victoria University of Wellington*, Nouvelle-Zélande, et *International Association for Tourism Economics*, « Le tourisme, un atout pour les pays en voie de développement ? », in *Cahiers français*, « L'industrie du tourisme », n° 393, juillet-août 2016, pp. 21 et 25.

Le tourisme dans le bassin caribéen

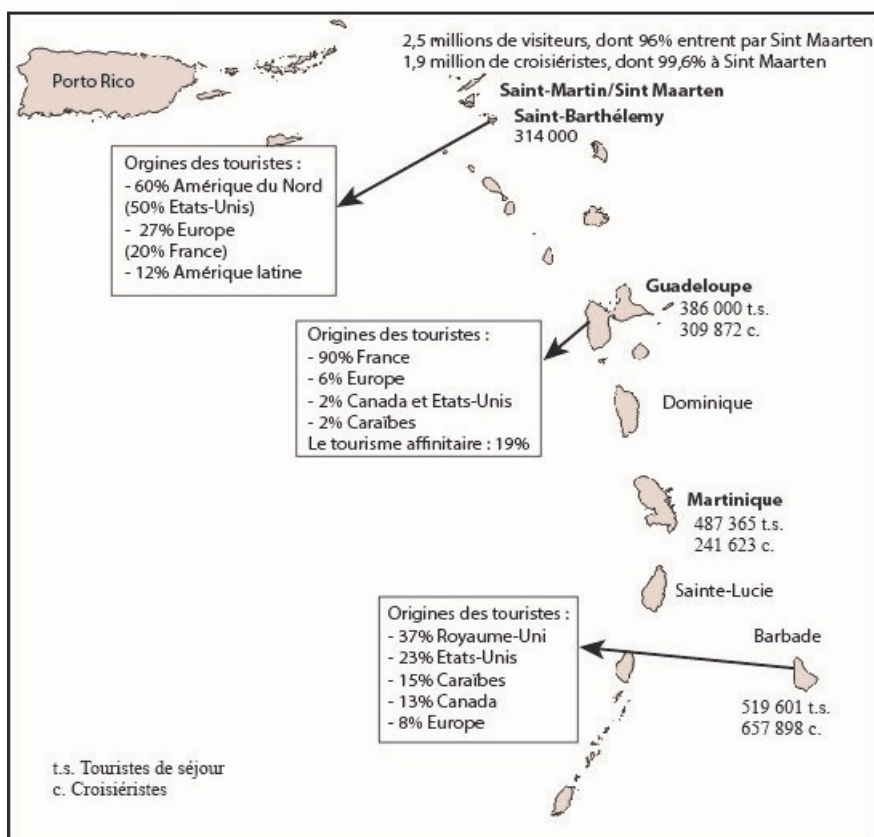
Carte n° 2 Les territoires d'Outre-mer dans la Caraïbe



Source : droits réservés.

Les Caraïbes ont reçu près de 24 millions de touristes internationaux. À titre de comparaison, l'Amérique du Sud, pourtant dix fois plus peuplée, n'en a reçu que 30 millions. La première destination des Caraïbes est la République dominicaine (5 millions de touristes en 2015), suivie de Cuba et de la Jamaïque (3,5 millions chacune). Hormis leur climat et leurs paysages, plusieurs facteurs peuvent expliquer le succès touristique des Caraïbes : la proximité avec les États-Unis, l'abondance de la desserte aérienne, la qualité de l'offre touristique, etc.

Carte n° 3 Le difficile positionnement des territoires d'Outre-mer dans la Caraïbe



Source : droits réservés.

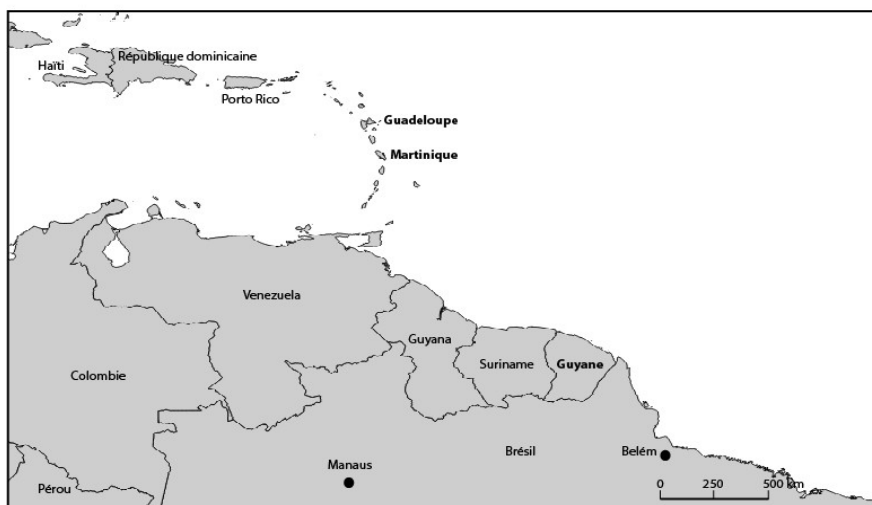
Les destinations d'Outre-mer (**Guadeloupe, Martinique, Saint-Martin, Saint-Barthélemy**) évoluent dans un contexte régional très favorable au tourisme. Mais la concurrence est intense entre les grandes destinations, des rivages de la Caraïbe (comme Cancún et la riviéra Maya), et les grandes îles des Antilles (Cuba, la Jamaïque, la République dominicaine, Porto Rico) qui sont en pleine expansion. Elles peuvent accueillir des flux massifs, proposer des offres de services attractives et elles disposent d'espaces pour développer des infrastructures sur le littoral. Elles captent l'essentiel des marchés nord-américain et européen.

La **Martinique** et la **Guadeloupe** restent dominées par des clientèles françaises. Ces destinations sont mal positionnées par rapport aux marchés régionaux (notamment les États-Unis et le Canada). **Saint-Martin** et **Saint-Barthélemy** sont des destinations plus internationales.

Dans ce contexte, la situation est difficile pour les territoires français qui ne sont pas en mesure de soutenir cette concurrence. Ils doivent développer les modèles touristiques originaux, privilégiant des niches touristiques, en adéquation avec leurs ressources territoriales. À cet égard, la stratégie touristique de l'île de la Dominique, centrée sur l'écotourisme, s'est avérée très efficace.

La Guyane, entre plateau des Guyanes et bassin caribéen

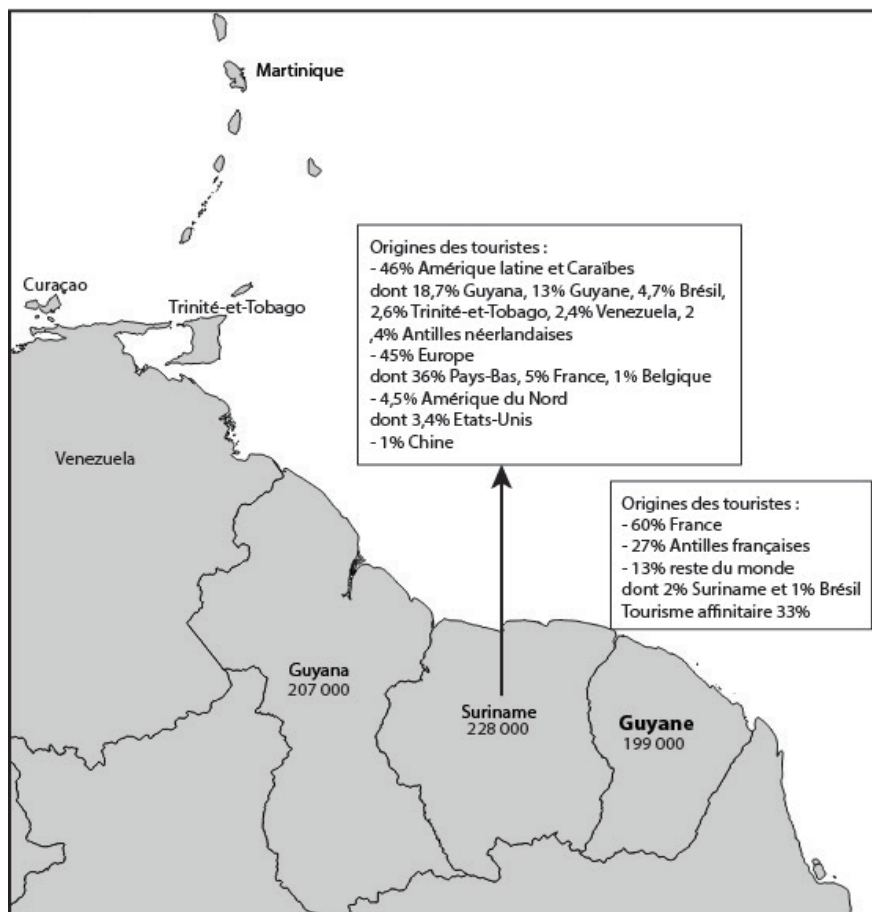
Carte n° 4 La Guyane, un territoire d'Outre-mer en Amérique du Sud



Source : droits réservés.

Le tourisme guyanais n'en est qu'à ses balbutiements mais ses ressources sont considérables. La **Guyane** est souvent abordée dans le prolongement de la Caraïbe, or son littoral n'est pas caribéen (pas de récif corallien à l'horizon). La Guyane appartient au plateau des Guyanes, au voisinage du Brésil et du Suriname. L'atout de la Guyane pourrait être de devenir une porte d'entrée sur les mondes amazoniens, en collaboration avec ses voisins. Le positionnement stratégique de la Guyane repose sur son ancrage régional et ses réalités territoriales.

Carte n° 5 La Guyane : un positionnement régional à développer

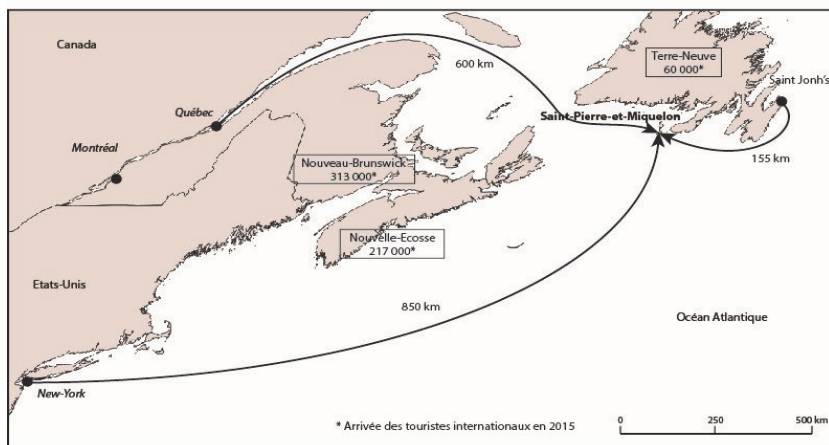


Source : droits réservés.

Saint-Pierre et Miquelon et le Nord-Ouest atlantique

L'activité touristique peut sembler très négligeable sur le plan quantitatif avec moins de 12 000 visiteurs en 2015 (séjours et croisière), mais l'impact peut être très intéressant pour le développement économique de **Saint-Pierre et Miquelon**. Le territoire souffre d'un manque d'infrastructures (parc hôtelier insuffisant), mais il dispose d'une carte originale : l'identité française au voisinage immédiat des côtes nord-américaines. Ce territoire constitue une escale originale lors des circuits touristiques de l'Atlantique Nord-Est, pour des croisiéristes ou des plaisanciers. La construction d'une solide stratégie touristique s'inscrit nécessairement dans le renforcement des partenariats avec les provinces atlantiques canadiennes.

Carte n° 6 Saint-Pierre et Miquelon et son bassin touristique régional

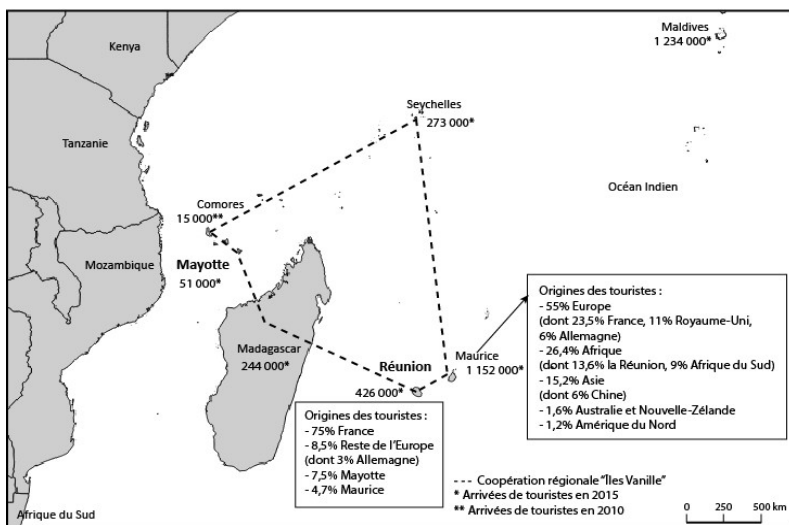


Source : droits réservés.

Le tourisme dans l'océan Indien

Entre l'île Maurice et l'archipel des Maldives, **La Réunion** a connu une transition touristique difficile. Il est très compliqué de concurrencer les destinations du tourisme balnéaire par excellence que sont devenues Maurice et les Maldives en l'espace de deux décennies.

Carte n° 7 Le bassin touristique régional de La Réunion et de Mayotte

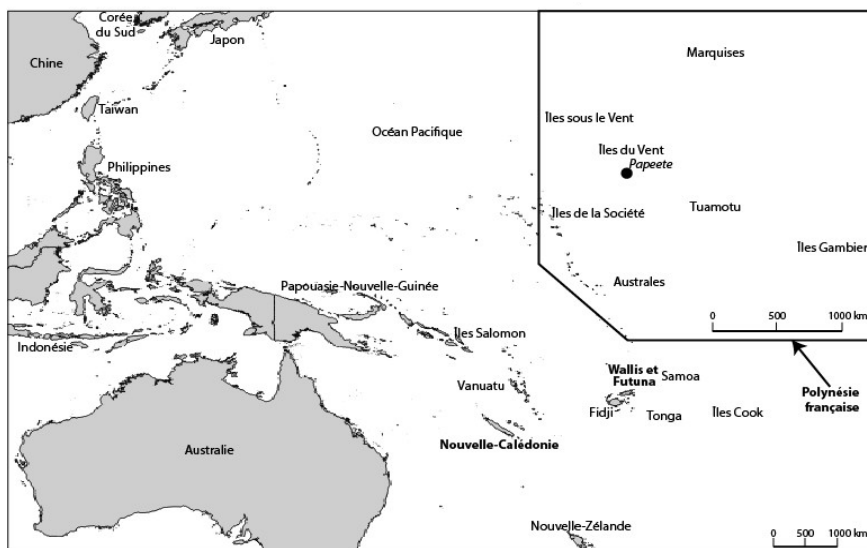


Source : droits réservés.

La Réunion se démarque des destinations concurrentes voisines en privilégiant ses atouts naturels (volcans, cirques, parc naturel) propices au tourisme de nature et à toutes les nouvelles pratiques sportives. L'île est également une destination appréciée pour sa sûreté et sa sécurité.

Le tourisme dans le Pacifique

Carte n° 8 Les territoires d'Outre-mer du Pacifique



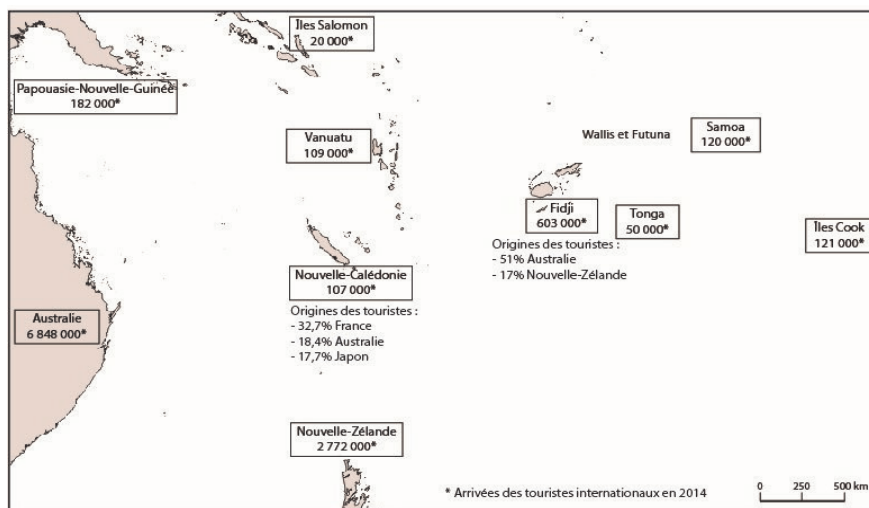
Source : droits réservés.

Le tourisme est en plein essor dans la région Asie-Pacifique, où le nombre de touristes a plus que doublé entre 2000 et 2014. La Chine est ainsi devenue le premier marché émetteur de tourisme dans le monde. D'après les estimations de l'OMT, le nombre total de voyages effectués depuis la Chine vers l'étranger aurait atteint 109 millions en 2014.

En Océanie, 13,2 millions de visiteur.euse.s se sont déplacé.e.s en 2014. Dans cette région, coexistent les destinations dites des « grandes terres » (l'Australie avec 52 % des touristes de la zone et la Nouvelle-Zélande) et des « archipels paradisiaques ». Dans cette seconde catégorie, Hawaii domine le marché, avec 8,6 millions de touristes en 2015. Parmi les territoires et petits États insulaires du Pacifique, Guam est la destination la plus fréquentée : l'île a accueilli 1,4 million de touristes en 2015, contre 755 000 visiteur.euse.s aux îles Fidji. **La Polynésie française** reste en retrait. Elle n'a bénéficié ni de la croissance du tourisme mondial, ni de la dynamique porteuse de la zone Pacifique. Nettement distancée par ses concurrents historiques, la Polynésie française (183 830 touristes en 2015) est peu à peu rattrapée par de nouvelles destinations, comme les îles Cook (125 130) ou les îles Samoa (131 175), qui accueillaient pourtant trois à quatre fois moins de touristes qu'elle en 1990. La position géographique des concurrents de la **Polynésie française**, de

la **Nouvelle-Calédonie** et de **Wallis-et-Futuna** a certainement contribué à augmenter le nombre de visiteurs issu.e.s des marchés émetteurs clefs. Toutefois « *le tourisme qualifié de 'tourisme de masse' qui s'y est développé génère des impacts environnementaux forts. L'absence de régulation du marché touristique et la surexploitation des ressources naturelles mettent la biodiversité de ces acteurs en danger.*⁷³ »

Carte n° 9 Les territoires d'Outre-mer dans le bassin touristique du Pacifique



Source : droits réservés.

C - Un modèle qui a fait ses preuves mais n'est plus suffisamment compétitif

1. Le tourisme durable évoqué dans les plans pluriannuels

Si dans plusieurs plans stratégiques du tourisme, la dimension durable est évoquée, il n'en reste pas moins évident qu'il n'y a pas de véritable stratégie permettant une convergence ou un changement de modèle.

Dans chaque collectivité, le tourisme durable devait être inscrit dans le plan stratégique du tourisme 2015-2020, en spécifiant la liste des mesures à mettre en place. Si celui-ci a été retenu par la plupart des plans stratégiques, il convient de noter le manque d'outil associé sur place pour définir une véritable stratégie, notamment en termes d'observation et d'études statistiques.

⁷³ Stratégie de développement touristique de la Polynésie française, 2015-2020, p. 8.

La **Nouvelle-Calédonie** a intégré le développement d'un « tourisme durable, maîtrisé et raisonné », dans ses objectifs qualitatifs, en spécifiant la dimension économique, la protection de l'environnement et l'appropriation des populations parmi ses priorités. La mise en place des prêts de BPI France pour l'hôtellerie (rénovation, extension, mesures de développement durable) et la restauration (modernisation, mise aux normes, matériels numériques) sont inscrites dans le plan d'action.

Le Gouvernement de la **Polynésie française** a souhaité élaborer un plan opérationnel pour dynamiser le secteur du tourisme dans une perspective de création d'activités et d'emplois durables. Sa position avantageuse lui permet de se définir à la fois comme une destination d'aventure et une culture en harmonie avec la nature. Ce positionnement a permis à la Polynésie française de se construire un statut de « destination socio-environnementale durable ». Ce statut vise à créer une expérience touristique « remarquable », sur un positionnement de « luxe », qui permet de se différencier vis-à-vis de ses concurrents. La Polynésie française a donc choisi de se positionner comme une destination à forte valeur ajoutée tout en intégrant fortement dans sa stratégie de développement touristique la dimension durable.

Le schéma de développement et d'aménagement touristique de l'île de **La Réunion** porte le développement durable comme une « ambition touristique ». La prise en compte de cette dimension conduit à privilégier parmi les actions prioritaires : la protection des milieux naturels et la préservation de la biodiversité ; la valorisation des milieux naturels à des fins pédagogiques d'éducation à l'environnement, d'écotourisme, et de supports d'activités de loisirs de pleine nature ; et la formation des professionnel.le.s du tourisme à la prise en considération des questions environnementales. La dimension sociale et la valorisation de l'originalité culturelle de La Réunion ont également été prises en compte.

Saint-Martin a adopté une stratégie touristique qui définit les axes de développement : le plan 2010-2017 a donné la première place au tourisme durable. La nouvelle stratégie touristique devait s'inscrire dans le temps long avec un plan d'action sur 10 ans (2017-2027). Mais les événements qu'ont connus les collectivités des îles du nord ont bouleversé cette stratégie. La reconstruction de la collectivité de Saint-Martin exige également de repenser la stratégie du tourisme surtout dans sa dimension durable, avec la prise en compte de la prévention des risques, du respect des règles d'aménagement urbain...

2. La nécessité de revoir les plans stratégiques du touristique

Dans ses avis et rapport relatifs *Tourisme et développement durable en France*, le CESE a fait la préconisation suivante : « Afin de garantir la cohérence, l'efficacité et la pérennité de l'action publique en matière de développement touristique, le CESE considère que la mise en place de partenariats contractuels entre collectivités et structures publiques chargées du tourisme est une nécessité. Bâtir un projet territorial de développement touristique partagé nécessite que tous les acteurs du tourisme, y compris les salariés, se sentent concernés. Pour le CESE, ce projet doit faire l'objet d'une adhésion collective au travers d'un engagement contractualisé. Ces projets devront être présentés aux habitants afin de favoriser une adhésion collective.⁷⁴ ».

⁷⁴ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapports du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, novembre 2014, préconisation 5, p. 22.

Étant donné l'importance du tourisme dans leur économie, la plupart des territoires ultramarins ont mené cette démarche et se sont dotés d'une stratégie touristique pluriannuelle. La définition de cette stratégie devrait néanmoins entrer dans le cadre d'une réflexion plus large sur la stratégie de développement des Outre-mer (au-delà du cercle des professionnel.le.s du tourisme) et s'intégrer aux différents et nombreux schémas de développement de ces territoires. En effet, promouvoir le tourisme durable dans les Outre-mer ne peut s'envisager que dans le cadre d'un développement durable de ces territoires. La définition de cette stratégie devrait également mieux prendre en compte le nouveau modèle de développement touristique durable conciliant réussite des acteur.rice.s économiques, protection de l'environnement, implication des populations et satisfaction des touristes dans le cadre d'un tourisme de niches se démarquant résolument des offres touristiques proposées par les concurrents régionaux grâce aux atouts spécifiques des territoires ultramarins.

En **Polynésie française**, le gouvernement a élaboré un plan stratégique et opérationnel pour dynamiser le secteur du tourisme dans une perspective de création d'activité et d'emplois durables. Ce plan s'étend de 2015 à 2020 et propose une analyse de la situation touristique de la Polynésie française et des déterminants du développement touristique polynésien. Il détaille les 134 actions à mettre en œuvre afin d'affirmer la destination « Polynésie française » (promotion, commercialisation), de mettre en place les conditions du développement touristique (infrastructures, formation, réglementations, etc.) et de restructurer la gouvernance. **A travers ce plan stratégique, le gouvernement polynésien vise 300 000 touristes par an à l'horizon 2020 contre 183 800 en 2015.**

L'île de Saint-Martin présente l'originalité d'une destination qui offre sur un même territoire les atouts et les spécificités culturelles de deux entités : l'une néerlandaise, l'autre française. Chacune des parties commercialise cette dualité pour attirer la clientèle touristique. Cependant la partie française de l'île de Saint-Martin connaît des difficultés à capter les retombées générées par la fréquentation touristique élevée de l'île. Par complémentarité avec son voisin néerlandais, qui cible un tourisme de masse, et compte tenu de la forte concurrence notamment en matière de prix, la collectivité, l'office de tourisme et les professionnel.le.s du secteur souhaiteraient un positionnement touristique davantage ciblé sur le haut de gamme et une redéfinition de l'image de marque. Mais ces évolutions restent encore à concrétiser. Elles devraient aussi favoriser l'émergence d'un tourisme plus authentique afin de se démarquer davantage de l'offre touristique de la partie néerlandaise.

À **Wallis-et-Futuna**, la société Atout France, opératrice en charge du développement touristique en France, est venue en mission en 2015, pour établir un diagnostic et des recommandations. Le territoire disposerait d'atouts invitant au développement d'un tourisme culturel avec hébergement chez l'habitant.e. Ce projet serait à l'étude, soutenu par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Nouvelle-Calédonie et par la Chambre de commerce, d'industrie, des métiers et d'agriculture des îles Wallis-et-Futuna. Il viserait à cibler dans un premier temps les Wallisien.ne.s et Futunien.ne.s établi.e.s en Nouvelle-Calédonie, n'ayant jamais vécu sur le territoire, et désireux.euses de mieux connaître leurs racines⁷⁵.

⁷⁵ IEOM, *Wallis-et-Futuna 2015*, édition 2016, p. 66.

Une fois la stratégie de développement touristique définie, sa mise en œuvre dans le temps doit être garantie au risque de se révéler inefficace. Le risque politique de non-pérennité stratégique a été particulièrement souligné dans la Stratégie de développement touristique de la Polynésie française : « *l'instabilité politique est un facteur de risque pour la Polynésie française qui se remet à peine d'une longue période de crise qui a vu se succéder treize gouvernements entre 2004 et 2013, pénalisant économiquement et socialement le Pays et ses habitants. La mise en œuvre réussie d'une stratégie de développement du tourisme nécessite une constance dans l'effort et dans les orientations pour produire des effets visibles et durables. Elle doit donc s'inscrire sur le long terme, et s'affranchir des changements de majorité et/ou d'orientation politique. C'est pourquoi elle nécessite une validation dans un consensus le plus large possible, associant l'ensemble des acteurs économiques.*⁷⁶ »

3. Politique fiscale et sociale en faveur du secteur

Les dispositifs de défiscalisation créés pour développer le parc immobilier résidentiel Outre-mer ont eu des « effets d'aubaine », des « effets pervers » et provoqué certains abus qui ont été soulignés dans un rapport parlementaire en 2006, du sénateur Henri Torre⁷⁷. De nombreuses constructions, notamment des hôtels et restaurants, ont été revendues après avoir bénéficié d'aides fiscales à l'investissement ou laissées à l'abandon ou en friche. Le cas de l'île de Saint-Martin est aussi un exemple pour lequel les lois de défiscalisation ont favorisé des constructions en bord de plage qui ne respectent pas certaines limitations de la loi littoral⁷⁸. Les effets de la défiscalisation ont par ce biais des conséquences importantes en termes de respect des espaces naturels et de la biodiversité.

Les allègements de cotisations sociales ne se sont pas traduits en embauches qualifiées et en recherche de professionnalisation. Une évaluation permettrait de faire le bilan des dispositifs de défiscalisation et d'allègement des cotisations sociales sur la création d'emplois dans le secteur du tourisme.

⁷⁶ Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020, p. 24.

⁷⁷ Voir sur ce point : *Logement en Outre-mer : passer du discours à la réalité*, rapport d'information de M. Henri Torre, fait au nom de la commission des finances du Sénat, 2006. Les contribuables qui ont réalisé entre le 21 juillet 2003 et le 31 décembre 2017 des investissements dans le secteur du logement et dans d'autres secteurs d'activité dans les départements d'outre-mer, à Saint-Pierre et Miquelon, en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française, dans les îles Wallis-et-Futuna et les Terres australes et antarctiques françaises (TAAF), à Saint-Martin et à Saint-Barthélemy bénéficient d'une réduction d'impôt sur le revenu. Cette réduction est de 18 % à 64 %, selon que le logement est loué, situé dans un quartier prioritaire et utilise ou non une source d'énergie renouvelable. La réduction d'impôt s'applique également à l'ensemble des investissements productifs neufs réalisés dans le cadre d'une entreprise exerçant une activité agricole, industrielle, commerciale ou artisanale relevant de l'article 34 du CGI. La restauration de tourisme classée ainsi que la location de véhicules automobiles à des personnes physiques pour une durée n'excédant pas deux mois et de navires de plaisance sont éligibles au dispositif.

⁷⁸ En Outre-mer, aux dispositions de la loi Littoral s'ajoutent d'autres dispositions particulières telles que celles relatives à la zone des 50 pas géométriques. La loi littoral puis la loi de 1996 relative à la zone des cinquante pas géométriques ont apporté des réponses partielles différents enjeux parfois contradictoires que sont les intérêts de l'État propriétaire, la protection du littoral, le développement économique et les intérêts des occupant.e.s sans titre. La régularisation des occupant.e.s sans titre a permis, dans le cadre d'une procédure fixée par le législateur et respectant les droits et obligations de chacun.e, de régulariser les occupant.e.s de bonne foi dans la zone des cinquante pas géométriques.

Les collectivités territoriales et l'État interviennent également dans le secteur touristique par le biais de multiples aides économiques. Pourtant les résultats de cette politique d'aide ont été maintes fois critiqués, notamment pour les effets négatifs des mesures de défiscalisation. Le rapport public annuel de la Cour des comptes sur *Le tourisme Outre-mer* de 2014 a souligné une « *coordination insuffisante* » et des « *actions publiques inefficaces* ». Ces aides ont été jugées particulièrement inopérantes et pour la Cour, les mesures de défiscalisation ont « *contribué à la création d'hôtels souvent construits pour la défiscalisation et déconnectés des besoins réels des territoires* ». La Cour, dans son rapport public 2012, avait déjà relevé qu'une part significative de la dépense fiscale ne bénéficie pas réellement à l'Outre-mer. Destinée à rendre attractive la réduction d'impôt, cette part profite essentiellement aux contribuables bénéficiaires de l'avantage fiscal. La Cour a préconisé de supprimer les défiscalisations en faveur des investissements productifs et de les remplacer par d'autres modes d'intervention, moins coûteux pour le budget de l'État et jugés plus efficaces. Dans sa réponse adressée à la Cour, le ministère chargé des Outre-mer a répondu aux critiques visant l'efficacité du soutien public et le reversement d'une partie de celui-ci aux contribuables investisseur.euse.s, par la mise en place d'un crédit d'impôt pour les entreprises, qui se substitue aux dispositifs antérieurs et dont le bénéfice est exclusivement réservé aux exploitant.e.s.

L'empilement des aides européennes, de l'Etat et des collectivités, également remis en cause, pose la question de l'articulation des actions financées par ces aides. Malgré le caractère plus incitatif des aides mises en place avec le soutien du fond européen FEDER, l'objectif est loin d'être atteint, tandis que la mobilisation de subventions régionales (hors fonds européens) reste insuffisante. La Cour des comptes, en 2014, soulignait la « *lourdeur* » et l'« *instabilité* » des dispositifs d'aide mis en place par les exécutifs locaux, généralement adossés aux fonds européens et qui représentent une difficulté importante pour le secteur, contribuant à rendre peu lisibles « *des dispositifs d'aide empilés dans des mesures nombreuses dont l'instruction, en l'absence de guichet unique, est répartie entre les services de l'État et la région* ».

Les mesures d'impact sur les allègements de cotisations sociales n'ont pas non plus été suffisamment évaluées⁷⁹. Afin de développer les activités économiques et l'emploi dans les départements d'Outre-mer, l'Etat permet à certain.e.s employeur.euse.s (ceux.elles qui occupent moins de 11 salarié.e.s et ceux.celles appartenant à certains secteurs d'activité quel que soit leur effectif), de bénéficier d'un dispositif d'exonération de cotisations patronales de Sécurité sociale (avec un régime de droit commun et un régime bonifié). Le tourisme, la restauration de tourisme y compris les activités de loisirs s'y rapportant et l'hôtellerie font ainsi partie des secteurs d'activité exonérés sans condition d'effectif. C'est le cas également des entreprises de transport aérien assurant la liaison entre la métropole et la **Guadeloupe, la Guyane, la Martinique, La Réunion, Saint-Martin, Saint-Barthélemy, Saint-Pierre-et-Miquelon et Mayotte**, ou la desserte intérieure entre ces départements ou ces collectivités⁸⁰.

79 L'évaluation du dispositif d'exonération de cotisations sociales spécifiques à l'Outre-mer a fait l'objet d'une mission conjointe IGAS, IGF, IGA dans le cadre des audits de modernisation en juin 2006.

80 Excepté Mayotte pour ce dernier point.

Le succès de destinations concurrentes aux Outre-mer français témoigne d'une offre touristique qui fonctionne avec des charges d'exploitation moins élevées, en particulier en ce qui concerne les cotisations salariales. Cet affaiblissement de la compétitivité coûte ainsi que l'importance des charges structurelles expliquent pour partie la situation financière dégradée de nombreux d'hôtels en particulier aux Antilles, et les difficultés auxquelles ils sont confrontés pour rénover l'offre hôtelière. Des dispositifs d'exonération de cotisations sociales patronales viennent diminuer le coût du travail dans le secteur touristique pour les départements d'Outre-mer. Sur ce point, la Cour des comptes a critiqué l'empilement des allègements de cotisations et le manque d'évaluations disponibles, leur coût budgétaire important et leur caractère homothétique qui ne cible pas suffisamment les secteurs considérés comme prioritaires. Le crédit d'impôt compétitivité emploi spécifique aux Outre-mer bénéficie également d'un taux à 9 % contre 7 % actuellement dans l'hexagone.

En conclusion, si les dispositifs de défiscalisation font toujours débat, il faut rappeler que les professionnel.le.s auditionné.e.s ont fait état du fait que sans ces mesures, il.elle.s n'auraient pas pu développer leur activité économique de façon pérenne.

4. Le tourisme Outre-mer : Un secteur en attente de professionnalisation

La montée en gamme de l'offre touristique et l'orientation vers un tourisme durable et plus responsable, nécessitent un accompagnement important des travailleur.euse.s du secteur et pour ce faire, une réorientation de l'offre de formation. La montée en compétences doit également permettre de répondre à des attentes nouvelles, notamment en termes de services numériques, d'innovation comme de valorisation de la culture locale, du patrimoine et de la biodiversité,... pour ne citer que quelques exemples. La formation professionnelle continue est donc à améliorer car la formation du personnel hôtelier est parfois jugée insuffisante. Les emplois offerts par le tourisme durable seront aussi de plus en plus variés dans les années à venir et auront tendance à se spécialiser, ce qui représente un défi pour ce secteur d'activité.

La formation fait ainsi partie des six axes prioritaires adoptés par le Conseil de promotion du tourisme qui s'est tenu le 22 juillet 2015 sur le thème des destinations ultramarines. Celui-ci constatait qu'il est indispensable de renouveler l'offre de formation existante et d'offrir des formations d'excellence répondant à l'exigence de qualité attendue par la clientèle. La formation initiale doit être développée pour améliorer l'accueil, le management, ainsi que les techniques de communication dans l'hôtellerie notamment⁸¹. Les écoles hôtelières ne vont pas au-delà du baccalauréat professionnel et du BTS, à quelques exceptions près. Les formations universitaires, managériales ou commerciales dans le secteur du tourisme sont peu nombreuses⁸². Les écoles de tourisme de niveau master n'existent pas aux Antilles alors que le secteur du tourisme y est très développé. Les formations dispensées doivent porter

81 Philippe Gloaguen, Christian Mantei, Maïna Sage, Gabriel Serville, rapporteur.e.s, *27 mesures pour 2020 en faveur des destinations d'Outre-mer*, rapport du Conseil de promotion du tourisme (CPT), 2015.

82 Le Conseil de promotion du tourisme recensait les diplômes universitaires - DU « Tourisme, communication, Interculturalité » à l'Université des Antilles, Master professionnel « Management des activités touristiques » à l'Université de La Réunion.

prioritairement sur l'accueil, la maîtrise des langues étrangères, le service de chambre et le numérique.

27 mesures ont ainsi été présentées par le gouvernement pour 2020 afin de redonner au tourisme la place stratégique qui devrait être la sienne dans l'ensemble des Outre-mer. Parmi les axes majeurs dégagés sur la formation figurent les objectifs suivants :

- encourager la formation aux métiers du tourisme ;
- prévoir de faciliter le développement d'un établissement de formation touristique de notoriété internationale par bassin régional ;
- être capable de proposer des formations de niveau master minimum ;
- faire de l'entrée des jeunes qualifié.e.s sur le marché du travail du tourisme une priorité partagée ;
- mettre en place des parcours de carrière au profit des jeunes, par le biais d'un protocole d'accord signé entre les pouvoirs publics locaux, les enseignes hôtelières et de restauration et les branches professionnelles.

Depuis la présentation de ce rapport en 2015, de nombreuses initiatives ont été prises. La collectivité de Saint-Martin vient ainsi de créer un nouveau pôle d'excellence en hôtellerie-restauration et tourisme et d'annoncer la création d'un Brevet de technicien supérieur (BTS) hôtellerie-restauration trilingue en alternance⁸³. Cette formation a pour vocation de répondre aux besoins des employeur.euse.s hôtelier.ère.s qui ont des difficultés à trouver sur place un personnel hautement qualifié. Cette initiative permet aussi d'ouvrir un avenir professionnel à des jeunes antillais.e.s qui souhaitent rester sur leur île. Cette formation de haut niveau permet de répondre aux attentes des client.e.s qui recherchent le contact avec un personnel local connaissant bien l'île et capable de transmettre la culture particulière de Saint-Martin.

D'autres initiatives basées sur la coopération régionale existent. Les Chambres de commerce et d'industrie de Mayotte et de Maurice ont ainsi conclu, en 2017, une convention de partenariat visant à promouvoir la formation et la mobilité des jeunes travailleur.euse.s entre les deux îles⁸⁴. Une formation est consacrée à l'écotourisme, une pratique touristique associée à la découverte de la nature (écosystèmes, réserves naturelles et espaces verts écologiques). Les élèves et étudiant.e.s stagiaires mahorais.e.s sont accueilli.e.s en immersion linguistique à la Mauritius Chamber of Commerce and Industry Business School (MCCI) de Maurice pour y bénéficier d'une formation d'excellence en matière d'accueil touristique et du professionnalisme des infrastructures hôtelières mauriciennes. À terme, ce programme sera étendu sous différentes formes (formations initiales, formations continues ou apprentissage) et s'adressera à différents publics (jeunes, étudiant.e.s, demandeur.euse.s d'emploi, salarié.e.s, opérateur.rice.s et chef.fe.s d'entreprises).

Le déploiement d'une offre de formation nouvelle, de qualité, accessible et tournée vers l'innovation est indispensable pour attirer des jeunes qualifiés vers le tourisme et conduire à une professionnalisation accrue. La formation est aussi un facteur essentiel de compétitivité

⁸³ La première promotion de ce premier BTS Hôtellerie-restauration à Saint-Martin accueille 11 élèves en 2017.

⁸⁴ Cette convention implique de nombreux partenaires institutionnel.le.s notamment l'Union des Chambres de commerce et de l'industrie de l'Océan Indien et le vice-rectorat de Mayotte.

hors coût à développer pour se différencier des offres extérieures concurrentes. Dans un contexte où le taux de chômage des jeunes est important Outre-mer, il faut amener ces publics vers les formations et les offres d'emploi proposées par ce secteur, qui restent souvent non satisfaites parce que les candidat.e.s n'ont pas toujours les compétences nécessaires pour exercer.

5. Le manque d'efficacité et les inégalités dans la promotion des territoires

De nombreux territoires ont des difficultés à construire une véritable « marque commerciale » et une identité touristique attachée à leur destination. La marque de territoire « Tahiti et ses îles » a été beaucoup travaillée et donnée en exemple ces dernières années sans toutefois que la destination en ait tiré tous les bénéfices en termes de fréquentation. Le manque d'observatoires sur les territoires et de données disponibles empêche d'avoir une compréhension et un ciblage marketing des consommateurs qui viennent dans ces destinations et de leurs motivations.

Malgré le développement depuis quelques années des structures et la professionnalisation des fonctions de promotion touristique dans les Outre-mer (participation aux salons professionnels, relations avec les croisiéristes, création de pôles d'excellence,...), ces destinations souffrent d'une visibilité insuffisante de la diversité de leur offre et d'une image par certains égards encore trop « fabriquée » ou vieillissante. Peu de territoires ont véritablement réussi à construire sur la durée, une image de marque valorisée qui permette une différenciation sur le marché et soit créatrice de valeur.

D'après les éléments fournis par le sondage Harris interactive⁸⁵, les Outre-mer ne souffrent pas d'un déficit de notoriété en tant que telle, mais plutôt d'une assimilation de leur offre touristique à quelques images très restrictives par rapport à la diversité de l'offre disponible.

Les destinations ultramarines sont ainsi globalement bien connues du public français : 48 % des Français.e.s citent spontanément la **Martinique**, la **Guadeloupe**, la **Réunion**, 26 % **Tahiti**, 21 % la **Guyane**, 15 % la **Nouvelle Calédonie**, 11 % **Mayotte**, 9 % **Saint-Pierre et Miquelon**, 5 % **Saint-Martin**, 3 % **Wallis-et-Futuna**, et 2 % **Saint Barthélemy**. Trois destinations se distinguent donc plus particulièrement en termes de notoriété spontanée : la Martinique, la Guadeloupe et La Réunion. 40 % des Français.e.s déclarent avoir déjà visité au moins une destination Outre-mer (quel que ait été le but de leur séjour) : 19 % se sont rendus en Martinique, 18 % à la Guadeloupe, 16 % à La Réunion, et 7 % en Guyane pour ne citer que les principales destinations.

Les images librement associées aux destinations ultramarines par les répondant.e.s de l'enquête les plus citées sont : « se sent en sécurité », « la plage », « la mer », « les espaces naturels remarquables », « l'accueil », « le climat », « l'accessibilité financière », « le dépaysement », « le patrimoine culturel », « la culture locale et la gastronomie », « l'accessibilité en vol direct »,

⁸⁵ Enquête réalisée en 2017 avant les événements climatiques de septembre 2017, présentée lors des Rencontres nationales du tourisme outre-mer le 25 septembre 2017, auprès de 1 000 habitant.e.s métropolitain.e.s représentatif.ve.s de la population française.

« les offres promotionnelles ». L'image perçue par les clients ne reflète donc qu'une partie uniquement des services qui peuvent être proposés fortement orientée vers les « activités balnéaires » et un « positionnement familial ». De plus cette image, à l'exception de la Guyane, se différencie assez peu d'une destination à l'autre, ce qui dénote un certain manque de communication sur la diversité et les spécificités locales propres à chacun des territoires. La Réunion arrive à créer une image plus spécifique construite sur les images associées de : « volcan », « plage », « soleil », « chaleur », et « randonnée ». Saint-Martin et Saint-Barthélemy sont associés à des images de : « haut de gamme », « luxe », « vie nocturne », « à la mode », qui les différencient également des autres îles.

Ce positionnement différencié apparaît donc comme un moyen de déclencher des intentions de visites plus élevées proportionnellement et comparativement à d'autres destinations plus orientées vers une seule ou deux thématiques. Il existe donc un potentiel d'image à développer qui peut se baser sur des facteurs d'attraction différenciés qui existent pour chaque destination. Ceci d'autant plus que le public français est sensible en particulier à certains facteurs présents en Outre-mer notamment le patrimoine et la culture locale qui sont des axes forts de choix de la destination.

De nombreux.euses professionnel.le.s du tourisme souhaiteraient qu'Atout France différencie davantage sa communication au regard des destinations d'Outre-mer et accompagne les territoires dans la construction d'une image et d'un positionnement propres, différenciés et porteurs de valorisation.

6. Le manque d'anticipation face aux crises

La façon dont les territoires ultramarins s'organisent pour prévenir, empêcher, minimiser ou surmonter les conséquences des risques naturels, des crises sanitaires, sociales ou des catastrophes auxquels ils peuvent être confrontés, influe sur leur image et leur fréquentation touristiques. Leur capacité d'anticipation, d'adaptation et de communication est primordiale d'autant que certaines de ces crises ne concernent pas que les Outre-mer mais aussi leurs plus proches concurrent.e.s qui n'y répondent pas toujours de la même manière. Le Zika a ainsi touché toute la Caraïbe, le Brésil, etc. Comme le rappelle Jérémy Boer, « *la perception du risque dépend en grande partie de la couverture médiatique d'un événement ou d'un phénomène se produisant dans un pays donné. Les touristes sont sensibles au risque sécuritaire, mais ils changent aussi très vite d'opinion lorsque le risque semble éloigné.*⁸⁶ » De même selon une étude publiée par le *World and Tourism Council*, il faudrait en moyenne 13 mois pour qu'une destination retrouve une fréquentation normale après avoir subi des attentats terroristes. C'est moins long que dans le cas d'une épidémie (21 mois), d'une catastrophe naturelle (24 mois) ou de troubles politiques (27 mois). Pour répondre à cette préoccupation, la stratégie de développement touristique de **la Polynésie française** pour la période 2015-2020 préconise de se doter d'un « *plan de gestion touristique en cas de catastrophe sanitaire, naturelle ou industrielle.*⁸⁷ »

⁸⁶ Jérémy Boer, Responsable de mission et expert en développement touristique au sein du pôle Tourisme éthique et développement de l'ONG *Acting For Life*, « Le tourisme : un moteur de l'économie mondiale », In *Cahiers français « L'industrie touristique »*, n° 393, juillet-août 2016, p. 11.

⁸⁷ *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*, p. 49.

Les conséquences des risques naturels

Les **risques naturels** dans les zones tropicales (risques volcanique et sismique, de tsunami, de glissements de terrain, d'érosion du littoral, de cyclones et de fortes houles, etc.) et le climat entraînent des surcoûts en raison notamment du respect de normes strictes au moment de la construction des équipements et des installations afin de conforter leur résistance et d'assurer la sécurité des personnes⁸⁸. Ces risques et le climat peuvent également accélérer le vieillissement des équipements et des installations. Ils peuvent également perturber le déroulement de la saison touristique, une forte houle pouvant par exemple empêcher l'accostage des bateaux de croisière. La question du climat apparaît dans l'agenda politique du tourisme international en 2003, lors de la première conférence sur le changement climatique et le tourisme à Djerba (Tunisie). Toutefois, il faudra attendre 2007 et la déclaration de Davos « *Changement climatique et tourisme : faire face aux défis mondiaux* » pour que les différentes parties prenantes s'engagent dans un processus d'atténuation des effets du tourisme sur le climat. De leur côté, les aléas climatiques tels que l'augmentation des températures, l'élévation du niveau de la mer, etc. et leurs répercussions rendent le tourisme plus vulnérable notamment dans les destinations les plus emblématiques du tourisme de masse que sont les îles. Certaines îles ultramarines comme la **Martinique**, la **Guadeloupe**⁸⁹ et la **Polynésie française** devront faire face à des risques de submersion. L'élaboration et l'adoption des plans de prévention des risques littoraux⁹⁰ sont indispensables pour l'aménagement durable des zones littorales, la relocalisation de certains équipements et infrastructures touristiques n'étant pas à exclure malgré les contraintes en termes de disponibilité du foncier pesant sur les Outre-mer. En **Polynésie française**, le CESC « rappelle que la problématique du changement climatique et ses conséquences pour le tourisme doivent amener ce secteur à accorder plus d'importance à la pérennité écologique générale de ses propres activités. Cette approche concerne en tout état de cause l'ensemble des activités et pas uniquement le secteur du tourisme »⁹¹.

Les **catastrophes écologiques** ont des conséquences préjudiciables sur le secteur touristique des territoires qu'elles polluent. Ainsi, en juillet et août 2015, la **Guadeloupe** et la **Martinique** ont subi une nouvelle invasion des algues sargasses, fléau qui empoisonne les secteurs tels que le tourisme, mais aussi la pêche. Les mesures prises par l'État et les collectivités locales pour lutter contre ce phénomène qui dure et a pris de l'ampleur depuis 2014, n'ont pas suffi pour ralentir ou stopper les désagréments qu'il entraîne.

Les Outre-mer sont exposés directement aux effets du réchauffement climatique, comme nous avons pu le constater récemment à Saint-Barthélemy et Saint-Martin. Ces événements climatiques risquent de devenir de plus en plus fréquents et il apparaît

88 Évaluation du plan de prévention des submersions rapides dans les Outre-Mer, établi par Pierre Bourgeois, Frédéric Dupin, Thierry Galibert, Jean-Patrick Ridao et Eric Verlhac, novembre 2015.

89 Pascal Saffache, *Causes et conséquences du réchauffement climatique sur les littoraux antillais*, 2015.

90 Évaluation du plan de prévention des submersions rapides dans les Outre-Mer, établi par Pierre Bourgeois, Frédéric Dupin, Thierry Galibert, Jean-Patrick Ridao et Eric Verlhac, IGA – CGEDD, novembre 2015.

91 CESC de Polynésie française, avis n° 49/2016 du 25 février 2016 sur un dossier relatif à la stratégie de développement touristique de la Polynésie française pour la période 2015-2020, p. 7.

nécessaire que l'ensemble des collectivités et l'État soient à même de mieux prendre en compte la notion de capacité d'accueil de ces territoires à risques.

Les conséquences des risques sanitaires

Les **crises sanitaires** comme celles du Chikungunya, de la dengue ou du Zika peuvent gravement perturber la saison touristique dans les Outre-mer. Ainsi en mars 2005, le premier cas d'infection à virus Chikungunya est diagnostiqué à **La Réunion**. Un an plus tard, une épidémie de grande envergure, avec près de 300 000 cas selon les autorités sanitaires⁹², a frappé l'île de La Réunion ainsi que l'île de **Mayotte**, soit environ 33 % de la population. Si l'on transpose cette épidémie à la population française dans son ensemble, 20 millions de personnes auraient été touchées par ce virus⁹³. Cette crise sanitaire exceptionnelle du Chikungunya de 2006 a eu des conséquences importantes sur le secteur du tourisme réunionnais. La chute de la fréquentation touristique extérieure a notamment pénalisé l'hôtellerie réunionnaise dont la capacité d'accueil s'est contractée d'un tiers⁹⁴. **La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action que les Outre-mer se dotent d'outils de communication adaptés pour gérer l'information relative aux crises sanitaires en coordination avec les acteur.trice.s concerné.e.s (agence régionale de santé, ministères en charge de la santé, des Outre-mer, etc.).** En **Guyane**, la vaccination contre la fièvre jaune est obligatoire depuis 1967 pour toute personne résidente ou touriste⁹⁵. Des contrôles sanitaires aux frontières sont organisés pour veiller au respect de cette obligation. Le coût du vaccin, de l'ordre de 60 euros, et son non-remboursement par la sécurité sociale, peuvent dissuader certain.e.s touristes de se rendre en Guyane. **La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action qu'une réflexion soit menée sur l'obligation du vaccin contre la fièvre jaune pour les touristes se rendant en Guyane.**

Les conséquences des crises sociales

Les **crises sociales** peuvent influencer sur l'ampleur de la saison touristique. Ainsi en 2011, Mayotte a connu un excellent début de saison touristique, mais cet élan a été stoppé net en raison des mouvements sociaux, notamment les 44 jours de grève de la fin de l'année. L'activité touristique de 2012 a pâti de ce contexte⁹⁶. Comme le rappelait le CESE dans son avis *Le développement de la culture du dialogue social en France*⁹⁷, « *La pratique du dialogue social dans les départements d'Outre-mer*⁹⁸ est marquée par une profonde culture de l'affrontement qui s'explique par l'ampleur des inégalités sociales et par un héritage historique

⁹² Statistiques de novembre 2006.

⁹³ Dominique Peton-Klein et Camille Chaize, *Chikungunya : gestion d'une crise longue*, rapport de mission, Direction de l'hospitalisation et de l'organisation des soins, ministère de la Santé et des solidarités, décembre 2006.

⁹⁴ IEDOM, « Le tourisme à La Réunion, une activité qui peine à décoller », *Note Express*, n° 293, octobre 2014.

⁹⁵ Site internet de l'Agence régionale de santé (ARS) de la Guyane (consulté le 2 mai 2017).

⁹⁶ Source : Contribution écrite de M. Ousséni Ben Issa, Vice-président du Conseil départemental de Mayotte, chargé des finances, du développement économique et touristique, document coproduit par la DDEI et le CDTM, mai 2016.

⁹⁷ Luc Bérille et Jean-François Pilliard, *Le développement de la culture du dialogue social en France*, avis du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2016-04, juin 2016, p. 26 p. 64.

⁹⁸ Les autres collectivités d'Outre-mer à large statut d'autonomie ont leurs propres droit du travail et législation sociale.

tout-à-fait spécifique. Les hiérarchies et les valeurs sur lesquelles les sociétés antillaises sont encore aujourd'hui partiellement construites subissent toujours l'empreinte de l'ancien système économique des plantations. » Dans cet avis, « Le CESE propose que le législateur mette fin à cette situation anormale en revenant sur les dispositions de la loi de 1994 et recommande aux partenaires sociaux de négocier les conditions d'application dans les départements d'Outre-mer des accords conclus antérieurement à la modification de la loi. Lors de la négociation d'une convention ou d'un accord à champ d'application national, le CESE recommande la consultation préalable des organisations reconnues représentatives au niveau local dans les départements d'Outre-mer, notamment sur l'adaptation aux conditions locales des clauses de la convention ou de l'accord ». L'amélioration du dialogue social dans les Outre-mer ainsi que les enseignements des crises comme celle de 2009 dans les Antilles, pourraient contribuer au développement du tourisme durable dans les Outre-mer.

L'exigence d'une communication adaptée

Face aux diverses crises, il convient d'améliorer la communication afin de protéger l'image des destinations touristiques ultramarines. Les crises récentes ont pour caractéristique d'être des « crises hors cadre »⁹⁹, dont les solutions sont longues et difficiles à mettre en œuvre et qui possèdent chacune une dimension systémique à laquelle il est difficile de répondre dans l'immédiateté. Même si certains événements sont prévisibles, la violence d'un ouragan peut surprendre par son ampleur et sa soudaineté, comme ce fut le cas d'Irma en septembre 2017 par exemple, laissant les populations dans un état de choc.

Dans ces conditions, il est particulièrement nécessaire de mettre en œuvre rapidement un savoir-faire très spécifique en matière de communication de crise, notamment du côté des pouvoirs publics, basé sur la réactivité et la gestion des épisodes médiatiques successifs, sous peine d'une dégradation profonde de l'image touristique de ces destinations. Il faut que les autorités publiques adoptent rapidement une communication pédagogique et rassurante qui permette de faire revenir les touristes une fois la crise aigüe dépassée. Certaines images de solidarité peuvent par exemple permettre d'atténuer l'impact négatif provoqué par les destructions. Il faut montrer la force et la résilience des territoires. Pour cela, il faut impliquer largement l'ensemble des acteurs locaux dans la communication, y compris les habitants eux-mêmes, mais aussi les blogueurs et les réseaux sociaux pour éviter absolument les risques de polémique qui dégradent une image longuement bâtie.

La reconstruction de l'image touristique fait donc partie de la reconstruction globale des territoires sinistrés et doit être prise en compte, alors qu'il faut parfois des années pour regagner la notoriété perdue. C'est aussi dans certains cas l'occasion de reconstruire « en mieux » cette image, en y intégrant une dimension durable et solidaire qui permettra de réorienter l'activité touristique sur le territoire.

⁹⁹ M. Didier Heiderich, président de l'Observatoire international des crises lors de la seconde édition des Rencontres nationales du tourisme outre-mer tenues le 25 septembre 2017.

II - REPENSER LE MODÈLE ACTUEL POUR CONSTRUIRE UNE FILIÈRE AXÉE SUR LE TOURISME DURABLE

La petite dimension et l'insularité des Outre-mer, hormis la Guyane, militent en faveur d'un tourisme durable réparti dans le temps et l'espace, soucieux de l'environnement qui est son atout premier, du bien-être des populations, de la réussite des acteur.rice.s économiques et de la satisfaction des touristes.

Compte tenu de la concurrence accrue des multiples destinations voisines des Outre-mer, le tourisme durable ultramarin doit promouvoir une image moins stéréotypée du tourisme en jouant la carte identitaire des territoires que ce soit au niveau du bâti, des produits touristiques, de la gastronomie, des paysages, de la culture et du patrimoine, de la qualité des prestations de services, etc. Pour gagner en compétitivité, les Outre-mer devraient davantage miser sur la différenciation de leur offre touristique en développant un tourisme de niches qui s'appuie sur leurs nombreux atouts et les activités qu'ils sont les seuls à détenir.

A - Réorienter les stratégies touristiques autour de la protection de l'environnement

1. Les différentes formes de tourisme durable

Le « tourisme durable » est un concept qui s'inspire de celui de « développement durable », appliqué aux activités touristiques. Comme celui-ci, il connaît différentes approches et définitions autour d'« *un développement qui réponde aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre à leurs propres besoins* »¹⁰⁰. L'objet du tourisme durable est donc de concilier des objectifs économiques de développement touristique avec le renouvellement des ressources indispensables à son existence dans le long terme, dans le respect des ressources environnementales, sociales et socioculturelles¹⁰¹.

L'Organisation mondiale du tourisme¹⁰² le définit comme suit : « *Le Développement touristique durable satisfait les besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir. Il est vu comme menant à la gestion de toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique, et les systèmes vivants* ».

Le tourisme durable s'inscrit dans une dynamique qui articule à la fois les modes de déplacements, de production et de consommation écoresponsables, tout en associant les populations concernées au projet de développement touristique et aux retombées

¹⁰⁰ La définition du développement durable est elle-même issue de la réflexion du rapport Brundtland de 1987.

¹⁰¹ Charte du tourisme durable, 1995

¹⁰² L'Organisation mondiale du tourisme est une institution spécialisée des Nations unies destinée à promouvoir et développer le tourisme.

socioéconomiques. En ce sens le tourisme durable suppose un aménagement et une gestion intégrés des ressources, qui impliquent la participation des acteur.ri.ce.s locaux.ale.s et une écoresponsabilité des touristes, afin de concilier la mise en œuvre du tourisme avec les besoins et capacités d'accueil du territoire.

Le tourisme durable peut prendre différentes formes. C'est une conception qui peut ainsi être rapprochée de celle du « commerce équitable » qui vise à assurer aux communautés vivant sur les lieux touristiques une part équitable des revenus que génère l'activité touristique, mais aussi à concilier le développement avec le respect des populations et de leur mode de vie. Ce concept sous-entend idéalement une rencontre et des échanges entre les touristes et les habitant.e.s. Le « tourisme solidaire », très proche du « tourisme équitable »¹⁰³, implique la répartition la plus équitable possible des ressources liées à cette activité, le contact et les échanges culturels avec les populations, ainsi que des problématiques liées à l'environnement dont la gestion des ressources naturelles et le recyclage des déchets et des eaux usées. Le « tourisme responsable » comprend une dimension « éthique » à la fois respectueuse de l'environnement naturel et du développement économique local, tient compte par ailleurs de conditions de travail décentes, de justes rémunérations, de la préservation des valeurs culturelles et sociales des populations, de l'authenticité des rencontres entre les touristes et la population locale, tout en impliquant les touristes dans l'impact économique de cette industrie. Il existe donc de multiples formes de tourisme durable, qui ne sont pas exclusives les unes des autres mais se complètent et permettent de différencier une offre des autres.

2. D'indéniables atouts à exploiter et à protéger

Les différents territoires ultramarins bénéficient d'atouts touristiques humains, naturels et patrimoniaux à la fois nombreux, spécifiques et divers qui sont autant d'attraits pour les voyageur.euse.s. Mais ces atouts sont insuffisamment mis en valeur et ne permettent pas de les positionner favorablement dans leur environnement concurrentiel direct.

Richesse des cultures et populations plurielles

Les habitant.e.s des différents territoires ultramarins sont les premier.ère.s représentant.e.s et vecteurs de la richesse culturelle de leur territoire : cuisine, traditions, langues, musiques, danses, artisanat, etc. Il.elle.s sont au contact quotidien des touristes comme habitant.e.s ou prestataires de services (à l'aéroport, au restaurant, à l'hôtel, sur la plage, sur les chemins de randonnées, etc.). À titre d'exemple, plus de cinquante langues sont parlées dans les Outre-mer et figurent parmi les soixante-quinze langues recensées officiellement en France. Cette richesse culturelle doit être valorisée car elle pourrait être menacée par l'occidentalisation des modes de vie.

¹⁰³ Le « tourisme rural » ou agritourisme est également une forme de tourisme qui peut s'y apparenter ayant comme cadre le milieu rural, et essentiellement en relation avec les agriculteur.trice.s mais aussi avec l'ensemble des populations locales. C'est un tourisme de proximité, de rencontre, d'échanges, de partage conviviaux en relation directe avec les traditions des habitant.e.s d'un terroir. Le « tourisme chez l'habitant » permet de séjourner chez des particulier.ère.s, qui ne sont pas des professionnel.le.s du tourisme, que ce soit à la campagne ou à la ville.

Diversité et richesse du patrimoine culturel matériel et immatériel

Le patrimoine culturel ne s'arrête plus aux monuments et collections d'objets. Il comprend également les traditions ou les expressions vivantes comme les traditions orales, les arts du spectacle, les pratiques sociales, les rituels et événements festifs, les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ou les connaissances et le savoir-faire nécessaires à l'artisanat traditionnel.

Bien que fragile, le patrimoine culturel immatériel est un facteur important du maintien de la diversité culturelle face à la mondialisation croissante. Avoir une idée du patrimoine culturel immatériel de différentes communautés est utile au dialogue interculturel et encourage le respect d'autres modes de vie.

Les Outre-mer disposent d'un riche patrimoine culturel matériel et immatériel qui mériterait d'être davantage promu.

Un riche patrimoine culturel matériel

Ils disposent de nombreux musées et monuments historiques qui mériteraient d'être mieux valorisés autant pour leur contenu, leur histoire que pour leur architecture coloniale ou traditionnelle : le musée Villèle à **La Réunion**, le centre culturel Jean-Marie Tjibaou en **Nouvelle-Calédonie**, le Mémorial ACTe ou « Centre caribéen d'expressions et de mémoire de la Traite et de l'Esclavage » en **Guadeloupe**, la fondation Clément en **Martinique**, etc. En **Polynésie française**, le musée de Tahiti et des îles et le Mémorial du musée Gauguin pourraient devenir des éléments importants pour peu qu'ils soient réhabilités. La stratégie de développement touristique de la **Polynésie française** pour la période 2015-2020 souligne que « *L'offre muséale pourra être augmentée par la création d'un « temple » de la culture polynésienne, un Centre Culturel des Îles, avec des expositions, des conférences et des événements sur la danse, sur la musique, la sculpture, ... et sur les traditions polynésiennes.*¹⁰⁴ » La création d'un mémorial de la seconde guerre mondiale à Bora-Bora et d'un musée historique de la communauté chinoise serait aussi envisagée. De même à **Mayotte**, il y a cent cinquante ans, l'industrie sucrière connaissait son apogée. De ce passé, il reste aujourd'hui des vestiges encore bien conservés qui sont en cours d'inventaire : des murs, des cheminées, des machines. De même depuis 1999, la Maison du Patrimoine, un service rattaché aux affaires culturelles du Conseil général de Mayotte, recueille, classe et expose l'histoire et les objets de Mayotte¹⁰⁵. Ce patrimoine constitue aussi un potentiel touristique à valoriser.

¹⁰⁴ *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*, p. 47.

¹⁰⁵ Source : Contribution écrite de M. Ousséni Ben Issa, Vice-président du Conseil départemental de Mayotte, chargé des finances, du développement économique et touristique, document coproduit par la DDEI et le CDTM, mai 2016.

Un patrimoine immatériel important

Deux expressions du patrimoine immatériel ultramarin figurent sur la liste de l'UNESCO. Le **gwoka**, inscrit en 2014, est pratiqué par tous les groupes ethniques et religieux de la société guadeloupéenne. Il combine le chant responsorial¹⁰⁶ en créole guadeloupéen, les rythmes joués aux tambours ka et la danse. Dans sa forme traditionnelle, le gwoka associe ces trois domaines d'expression en valorisant les qualités individuelles d'improvisation. Le **Maloya**, inscrit en 2009, est à la fois une forme de musique, un chant et une danse propres à l'île de La Réunion. Métissé dès l'origine, le Maloya a été créé par les esclaves d'origine malgache et africaine dans les plantations sucrières, avant de s'étendre à toute la population de l'île. Jadis dialogue entre un soliste et un chœur accompagné de percussions, le Maloya prend aujourd'hui des formes de plus en plus variées, au niveau des textes comme des instruments.

Parmi les événements culturels incontournables figure le carnaval. Au début de chaque année, la **Guyane**, la **Martinique** et la **Guadeloupe** vivent plusieurs semaines au rythme des tambours et de la musique créole. Le carnaval réunit des dizaines de milliers de personnes, attire de plus en plus de touristes et demeure un rendez-vous incontournable de la vie locale comme c'est également le cas dans de nombreuses villes métropolitaines comme Dunkerque et Nice, voire européennes comme Venise et Cologne. Importé par les colons catholiques, réapproprié par les anciens esclaves, le carnaval a gardé de ce double héritage deux fonctions : tourner en dérision des faits de société et valoriser la culture locale. Au fil des années, des personnages carnavalesques locaux sont apparus, comme les Touloulous, ces élégantes femmes masquées en Guyane, ou encore les Mas, ces personnages effrayants typiques du carnaval guadeloupéen. En Martinique, les Nèg gwo siwo s'enduisent de mélasse de sucre de canne tandis que les hommes d'argile se recouvrent de terre. En **Polynésie française**, les événements culturels fondamentaux, comme le Heiva, la « Billabong Pro » ou la Hawaiki Nui Va'a, devraient être eux aussi mieux valorisés à l'international.

La richesse exceptionnelle du patrimoine naturel et de la biodiversité

Les territoires ultramarins jouissent en général d'une situation géographique privilégiée : insularité, zone tropicale à l'exception de Saint-Pierre et Miquelon, paysages protégés, biodiversité exceptionnelle, espèces endémiques, sites géologiques d'exception, autant d'atouts propices au tourisme durable. Ce capital naturel important doit être protégé et valorisé.

Le patrimoine naturel des territoires d'Outre-mer

Joyaux de la biodiversité française, les espèces et écosystèmes qu'abritent la **Guadeloupe**, la **Martinique**, la **Guyane**, **Mayotte**, **La Réunion** ou encore la **Nouvelle-Calédonie** et la **Polynésie française**, sont d'une valeur écologique, économique et sociale inestimable¹⁰⁷.

¹⁰⁶ Forme musicale du répertoire liturgique chrétien primitif. Le peuple chante de courts refrains (fredons, ritournelles) en réponse (responsus) au récitatif ou à l'invitatoire du ou des chantres solistes. Définition de l'Encyclopédia universalis.

¹⁰⁷ Source : « Le domaine terrestre et maritime sous la protection du Conservatoire du littoral » et ministère des Outre-Mer, ministère de l'Écologie, du développement durable, des transports et du logement, et ministère de l'Économie, des finances et de l'industrie, Passeport vert « La biodiversité en Outre-mer pour un tourisme responsable ».

Face aux enjeux de développement des territoires d'outre-mer, ce patrimoine naturel, unique au monde, est une force et un atout. La préservation et la valorisation de cette biodiversité extraordinaire sont une source de développement des territoires.

La Nouvelle Calédonie

Le **Parc des Grandes Fougères** est un site exceptionnel pour la recherche mondiale en biodiversité et des botanistes, entomologistes ou encore des ornithologues du monde entier viennent y mener des études. Situé sur les communes de Farino, Moindou et Sarraméa, le Parc provincial des Grandes Fougères héberge sur 4 535 ha une biodiversité exceptionnelle. Cette forêt tropicale humide abrite près de 500 espèces végétales, dont 70% sont endémiques, n'existent nulle part ailleurs. C'est un site exceptionnel pour la recherche mondiale en biodiversité.

Le **Lagon patrimoine Calédonien**. Le récif néo-calédonien s'étend sur une zone totale de plus de 23 400 km². Six sites ont été reconnus en juillet 2008 par l'UNESCO, au titre du Patrimoine mondial. Il s'agit des récifs d'Entrecasteaux, des Grands Lagon Nord et Sud, ainsi que des zones côtières Nord, Est et Ouest, sans oublier celles d'Ouvéa et de l'atoll Beautemps-Beaupré. Cet ensemble protégé, réparti sur une superficie de 15 743 km², recèle une très grande diversité de formations coralliennes et constitue un sanctuaire pour la faune et la flore.

La Polynésie française

Au cœur de l'océan Pacifique, les îles et atolls de Polynésie française hébergent une biodiversité exceptionnelle, marquée par une faune et une flore riches et diversifiées. L'**archipel des Marquises** au sein de la Polynésie française, composé d'une douzaine d'îles océaniques, est l'un des plus isolés au monde. Il possède des écosystèmes et une biodiversité terrestre et marine exceptionnels, avec des paysages spectaculaires et de nombreuses espèces végétales et animales endémiques.

La Réunion

Les **pitons, cirques et remparts de la Réunion**. L'île de La Réunion est entrée au patrimoine mondial en août 2010, devenant ainsi le 35^e site français inscrit au patrimoine mondial, et le 4^e site naturel après le golfe de Porto, en Corse, le Mont-Perdu et les lagons de Nouvelle-Calédonie. Ce sont plus précisément les pitons, cirques et remparts de la Réunion qui ont été inscrits par l'UNESCO sur la liste du Patrimoine mondial en tant que « paysage spectaculaire » contribuant « significativement à la conservation de la biodiversité terrestre ». Le périmètre classé correspond à celui du Parc national de la Réunion créé en 2007. Il couvre environ 40 % de la surface de l'île (dont la superficie totale est de 2 500 km²).

La **Réserve Naturelle Marine de La Réunion** couvre 3 500 hectares d'espaces maritimes dont 80 % de récifs coralliens. Principalement localisée à l'ouest de l'île, elle s'étend sur 40 km de côtes, du Cap La Houssaye à Saint-Paul, au Nord, jusqu'à la Roche des oiseaux à l'Étang-Salé, au Sud. Sièges d'une biodiversité extraordinaire (plus de 3500 espèces animales et végétales), ces récifs constituent des patrimoines naturels, paysagers et culturels remarquables qui contribuent au bien-être de la population réunionnaise et des visiteurs.

Le **Parc national de La Réunion**, qui correspond en partie à la zone inscrite au patrimoine mondial, est connu pour abriter une grande diversité de plantes, avec un degré d'endémisme élevé. On y trouve une mosaïque d'écosystèmes remarquables et fragiles, composée de forêts subtropicales, de forêts tropicales humides et de landes. Ces écosystèmes sont le dernier refuge d'un grand nombre d'espèces endémiques, menacées et en danger. On recense en effet sur l'île de la Réunion 230 espèces végétales uniques au monde.

Mayotte

Le **parc naturel marin de Mayotte**, le **lagon** et le **mont Choungui** avec ses 1100 km² et la richesse de sa biodiversité, le lagon de Mayotte est le premier en outre-mer à avoir fait l'objet d'un décret de Parc Naturel Marin depuis 2010 et ainsi devenu le second en France. En plus de sa barrière récifale de 195 km, le lagon mahorais présente également une barrière corallienne interne. Les eaux turquoise du lagon de Mayotte représentent un terrain de biodiversité exceptionnel dans lequel sont répertoriées bon nombre d'espèces emblématiques de la faune marine :

- 760 espèces de poissons ;
- 22 espèces de mammifères marins soit 1/4 de la diversité mondiale ;
- des baleines à bosse, des dauphins, des dugongs ;
- 2 types de tortues marines : la tortue imbriquée et la tortue verte qui y sont présentes toute l'année.

Le potentiel du lagon est renforcé par les conditions idéales à l'expansion des mammifères (herbiers, eaux chaudes, récifs coralliens...) qui constituent un refuge pour ces derniers. Sa biodiversité est accentuée par celle contenue dans la nursery des poissons, à savoir la mangrove qui couvre une surface de 7,3 km².

La Guadeloupe

L'**Archipel de la Guadeloupe** a été désigné « Réserve de Biosphère » par l'UNESCO le 15 février 1993. Les Îles de Guadeloupe font partie des 25 zones présentant l'un des taux de diversité biologique les plus importants au monde. Sa zone centrale se situe sur Basse-Terre. Abritant plus de 300 espèces d'arbres. La faune est constituée de 38 espèces d'oiseaux. La Désirade est la première réserve naturelle à caractère géologique de l'Outre-mer. Elle abrite une faune et une flore extrêmement riches, sur une surface de 62 hectares où les espèces rares et menacées sont protégées.

Le **Parc National de la Guadeloupe** est le 7^e des 9 Parcs nationaux français : créée en 1989, il protège la forêt la plus vaste des Petites Antilles. Dans la Réserve naturelle du Grand-Cul-de-Sac Marin, le Parc National gère une réserve naturelle de 3 700 ha, au cœur d'une vaste baie fermée par le plus long récif corallien des Petites Antilles.

Les **Chutes du Carbet** sont les plus hautes chutes des Petites Antilles, d'une hauteur totale de 245 mètres. La **Soufrière** (surnommé « La Grande Dame »), 1 467m, est le point culminant des Petites Antilles, et l'un des volcans les plus actifs de cette région. Il se laisse approcher grâce à ses sentiers qui parcourent ses flancs et son sommet. La **mangrove** couvre sous les tropiques, les zones littorales soumises à l'influence des marées. Quatre espèces de palétuviers dominent cet écosystème.

La Martinique

La Martinique est classée parmi l'un des 34 hauts lieux (« hot spots ») de la biodiversité mondiale. D'une superficie de 1 080 km², la Martinique se caractérise par un relief très accidenté dont le continuum volcanique s'étire du nord au sud, avec des altitudes plus marquées au nord : montagne Pelée (1 395 m), pitons du Carbet (1 197 m), et plus atténuées dans les mornes du sud : montagne du Vauclin (504 m). La grande diversité des conditions topographiques et bioclimatiques favorise la mise en place de nombreux écosystèmes terrestres, principalement forestiers, qui recouvrent tous les étages de végétation avec une flore particulièrement riche au regard de la surface de l'île et de l'importante urbanisation.

La Martinique compte deux réserves naturelles nationales :

La **réserve** naturelle de la presqu'île de la Caravelle se compose de quatre îlets, Hardy, Percé, Burgaux et Poirier d'une superficie de 5,7 hectares, elle constitue un des sites de reproduction d'oiseaux marins des petites Antilles. La Presqu'île de la Caravelle est, avec celle de Sainte-Anne, la plus ancienne partie de la Martinique. Située sur la côte atlantique, elle forme une avancée d'une dizaine de kilomètres dans l'océan. Son extrémité est aujourd'hui une réserve naturelle protégée qui dépend du Parc Naturel Régional de la Martinique. Du fait de cette situation avancée, elle est significativement moins arrosée que le reste de l'île et dispose d'un écosystème particulier de forêt sèche. La diversité de ses paysages est absolument remarquable. Deux sentiers balisés traversent des paysages très différents, passant de la savane aux falaises, des forêts sèches aux mangroves.

La **réserve naturelle des îlets de Sainte-Anne**. Cette réserve ornithologique est l'un des plus importants sites de nidification des Grandes et Petites Antilles.

Ces deux réserves furent créées en 1976 et 1995.

La **Réserve Biologique Intégrale (RBI) de la Montagne Pelée**, d'une superficie de 2 301,41 ha, a été créée par arrêté interministériel le 28 avril 2007. Elle s'étend sur 4 communes (Morne-Rouge, Prêcheur, Grand-Rivière et Basse-Pointe) et comprend sept types de formations forestières.

La Guyane

La Guyane est connue pour son extraordinaire forêt amazonienne et ses nombreux fleuves ses côtes sont uniques au monde. Des mangroves, véritables « forêts mobiles », accueillent des milliers d'animaux migrateurs chaque année. Les forêts couvrent en Guyane près de 8 millions d'hectares (soit environ 96% du territoire). Elles sont de type « tropical humide » et recèlent une biodiversité exceptionnelle. En effet, plus de 1.500 espèces d'arbres y prospèrent, dont certaines n'ont été observées que sur ce territoire. Cette biodiversité, autant en termes de flore que de faune, compte parmi les plus riches au monde.

La **réserve naturelle de l'Amana**. Située dans le Nord-Ouest de la Guyane française et couvrant quelques 15 000 hectares, la réserve s'étend de l'embouchure du fleuve Maroni jusqu'à l'embouchure de la rivière Organabo. Dans la forêt, on trouve l'ara, ainsi qu'une riche faune de mammifères dont les grands félins et reptiles de la forêt amazonienne.

Les plages de Guyane font partie des sites les plus importants au monde pour la ponte de tortues marines, et notamment de la tortue Luth, la plus grande tortue de la planète. De nombreuses actions et études sont engagées pour garantir la préservation des tortues marines, la surveillance de la ponte, de l'éclosion naturelle, ainsi que la pose de balises qui permettent d'étudier les déplacements des tortues.

Saint-Pierre et Miquelon

Les trois îles de Saint-Pierre, Miquelon et Langlade, se situent au nord-ouest de l'Océan Atlantique, à 25 km des rivages de Terre-Neuve. Bien qu'étant sur la même latitude que Nantes, l'archipel subit un climat subarctique en raison du courant froid du Labrador. L'isthme sédimentaire de Miquelon-Langlade couvre quelques 2 000 hectares. Long de 12 km, il est le seul double tombolo dans l'Atlantique Nord. Il abrite des milieux naturels terrestres et aquatiques très divers : une lagune en eau salée (le Grand Barachois), des bancs de sable, des étangs d'eau douce, des prairies humides, des dunes, des cordons de galets...

Cette diversité explique sa **très grande richesse faunistique et floristique**. Le long des rivages et dans les étangs, on observe de multiples espèces de limicoles et d'anatidés. Des migrateurs s'arrêtent notamment au Grand Barachois, pour se préparer à affronter le voyage qui les mènera en Amérique du Sud en passant par d'autres rivages protégés par le Conservatoire du littoral aux Antilles et en Guyane. Quelques espèces de limicoles s'installent pour nicher. Cet espace naturel est aussi remarquable par la présence d'importantes colonies de phoques veaux marins, qui se prélassent, à basse mer, sur les bancs de sable.

Wallis Futuna et Alofi

La biodiversité terrestre est très différente sur les trois îles. À 1,8 km de Futuna se trouve l'île d'Alofi, habitée ponctuellement, avec une forêt prédominante et un milieu majoritairement préservé. Futuna présente une biodiversité marquée par un **endémisme exceptionnel**.

Wallis présente des **zones de mangrove**, une végétation littorale, des zones de lande à fougères (toafo), des zones cultivées (plantations et cocoteraies, tarodières irriguées) et des zones de forêt dense notamment sur le pourtour des lacs de cratère tel le lac Lalolalo. La biodiversité marine est composée notamment de 648 espèces de poissons et de 178 espèces de coraux. Le **sentier botanique de la baie de Ha'atofo** présente les espèces ligneuses de la mangrove et du littoral. Le sentier sous-marin de kaviki permet de découvrir l'îlot Tekaviki en bateau à voile. Le **lac de cratère de Lalolalo**, d'une profondeur de 80 m, est entouré de forêts. Ancienne zone « taboue » car sacrée, il a une grande importance pour les habitants et on peut y observer des anguilles aveugles dont l'origine reste encore à préciser.

Les **réécifs coralliens et les îlots** offrent la possibilité de plonger pour observer une forte diversité de coraux et de récifs en éperons.

Saint-Martin

La **réserve naturelle de Saint-Martin** protège les habitats naturels (mangroves, herbiers et récifs coralliens) et participe à la restauration de populations végétales et animales (poissons, lambis, crustacés, tortues marines, etc). Ces écosystèmes jouent un rôle écologique considérable dans l'environnement marin côtier de l'île. La réserve est aussi un espace d'éducation et de découverte de la nature.

Saint-Barthélemy

Avec son **littoral accidenté et frangé de sable étincelant**, son sol aride et rocailleux, « Saint-Barth » présente une **faune terrestre** composée notamment d'iguanes, de couleuvres, de tortues, d'oiseaux marins, dont le pélican (emblème de l'île), et de colibris. Elle offre une diversité d'habitats naturels marins (herbiers, coraux) qui abritent une riche faune sous-marine (requins gris, tortues, raies aigle ou léopard, langoustes...). La flore (plantes grasses, fleurs multicolores) est adaptée à la sécheresse.

La **plage de Saline**, retirée et sauvage, que l'on atteint à pied par un petit sentier escarpé serpentant au milieu des rochers et de la végétation locale, permet d'admirer l'ancienne saline, étangs de sel autrefois actifs, désormais terrains de reproduction des oiseaux migrateurs.

La **réserve naturelle de Saint-Barthélemy** offre de nombreux sites de plongée, protège et entretient les mouillages de plongée et de plaisance. Elle sensibilise également le public au respect des sites naturels et à la protection des espèces.

Trois sites ultramarins sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO

La France possède 43 sites inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité ; 39 au titre de patrimoine culturel, 3 au titre de patrimoine naturel et un site classé comme mixte. Si les sites concernés sont majoritairement hexagonaux, à l'image du Mont-Saint-Michel ou du Pont du Gard, deux sites classés sont situés dans les territoires ultramarins. Il s'agit des lagons de **Nouvelle-Calédonie**, la diversité récifale qu'ils comprennent et les écosystèmes associés, classés en 2010 ainsi que les Pitons, cirques et remparts de l'île de **La Réunion**, classés en 2008¹⁰⁸. L'inscription de ces deux sites ultramarins sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO a accru leur visibilité touristique au niveau international. Le 9 juillet 2017, l'UNESCO annonce l'admission au Patrimoine mondial du marae de Taputapuātea situé à Taputapuātea, sur l'île de Raiatea, en Polynésie française. Il s'agit du plus vaste de toute la Polynésie. Le marae Taputapuātea est un espace politique, cérémoniel et funéraire. Il se caractérise notamment par une cour pavée et une grande pierre dressée en son centre. Répandus en Polynésie, les marae étaient des points d'intersection entre le monde des vivants et celui des ancêtres. Taputapuātea apporte un témoignage exceptionnel de 1 000 ans de civilisation mā'ohi.

Certains territoires ultramarins sont sur la liste d'attente tandis que d'autres réfléchissent à déposer leur candidature pour mieux faire connaître leur patrimoine culturel et naturel préservé et dynamiser ainsi leur stratégie touristique.

¹⁰⁸ Voir la liste de l'UNESCO disponible sur son site Internet, <http://whc.UNESCO.org/fr/etatsparties/fr>.

La langue française, un atout dans l'espace francophone

Dans son rapport, *La francophonie et la francophilie, moteurs de croissance durable*¹⁰⁹, Jacques Attali définit La francophonie comme l'ensemble des peuples qui utilisent le français comme langue maternelle, langue d'usage, langue administrative et/ou langue d'enseignement. L'Organisation internationale de la francophonie (OIF) dénombre en 2014 environ 273,9 millions¹¹⁰ de francophones dans le monde, faisant du français la cinquième langue mondiale par le nombre de locuteur.rice.s derrière le mandarin, l'anglais, l'espagnol et suivant les estimations retenues, l'arabe ou l'hindi. Elle projette que ce nombre pourrait atteindre 770 millions de personnes en 2060 dans son scénario le plus favorable.

Selon l'OIF, 45 % des francophones vivent en Europe de l'ouest, 33 % en Afrique subsaharienne et dans l'océan Indien, 10 % vivent en Afrique du nord, 2 % en Europe centrale, balte et orientale, 7 % en Amérique et dans les Caraïbes et enfin 1 % en Asie ou en Océanie. Comme le souligne le tableau ci-dessous, les territoires ultramarins se trouvent à proximité de pays comprenant de nombreux.euses francophones. Pour certains de ces pays, le français est d'ailleurs une de leurs langues officielles : le Canada, Haïti, le Vanuatu, les Comores, Madagascar, Maurice, les Seychelles.

¹⁰⁹ Jacques Attali, Adrienne Brotons, Inspectrice des finances et Angélique Delorme, Auditrice au Conseil d'État, rapporteur.e.s, avec la participation de Claudia Viagea, *La francophonie et la francophilie, moteurs de croissance durable*, août 2014, p. 3.

<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/144000511.pdf>.

¹¹⁰ OIF, 2014 *La langue française dans le monde*, p. 18.

Tableau n° 2 Répartition des francophones dans les pays proches des territoires ultramarins pour l'année 2014

Pays/territoire	nombre de francophones
Afrique	81 000
dont Mozambique	81 000
Océan Indien	6 004 000
dont Comores	196 000
dont Madagascar	4 847 000
dont Maurice	911 000
dont Seychelles	50 000
Amérique du nord	12 570 000
dont Etats-Unis	2 100 000
dont Canada	10 470 000
dont Nouveau-Brunswick	320 000
dont Québec	766 000
Caraïbe	4 617 000
dont Dominique	7 000
dont Haïti	4 454 000
dont République dominicaine	153 000
dont sainte-Lucie	3 000
Amérique du sud	5 000
dont Uruguay	5 000
Océanie	83 000
dont Vanuatu	83 000
total :	23 360 000

Source : Organisation internationale de la francophonie - répartition des francophones dans le monde.

Dans son rapport, M. Attali constate que « dans sept secteurs d'avenir, le partage d'une même langue par les producteurs et les consommateurs est un facteur de renforcement de la croissance. Il s'agit du **tourisme**, des NTIC, de la santé, de la R&D, de la finance, des infrastructures et du secteur minier »¹¹¹. Des préconisations sont faites sur le thème « francophonie et tourisme ». Partant du constat que la francophonie devrait être un outil de développement pour les territoires ultramarins, **la délégation à l'Outre-mer suggère comme piste d'action que les Outre-mer se saisissent et mettent en œuvre certaines de ces préconisations.** À titre d'exemple, la préconisation « *Faire des alliances françaises et des instituts français les ambassadeurs du tourisme en France* » mériterait d'être déclinée pour les Outre-mer ainsi que celle visant à « *réduire les délais d'obtention des visas touristiques* ». En effet, les francophones,

¹¹¹ Jacques Attali, Adrienne Brotons, Inspectrice des finances et Angélique Delorme, Auditrice au Conseil d'État, rapporteur.e.s, avec la participation de Claudia Viagea, *La francophonie et la francophilie, moteurs de croissance durable*, août 2014, pp. 67 et 68.

en particulier ceux.elles qui se trouvent dans des pays ou territoires proches des Outre-mer, devraient être une cible touristique privilégiée. De même il faudrait favoriser l'émergence de séjours linguistiques dans les Outre-mer pour apprendre le français. Ces séjours pourraient constituer une niche intéressante. Le Cluster Outre-mer d'Atout France devrait fédérer les énergies dans ce domaine. De même dans le texte de la saisine du projet d'avis intitulé *Le rôle de la France dans une francophonie dynamique*, le CESE note que « *la francophonie doit être un levier d'accompagnement pour la France, tant en métropole que **dans les Outre-mer**, dans le cadre des mutations à venir : aux plans économiques et du développement des territoires, du développement durable, des droits de l'homme et de la démocratie, du droit continental, de l'éducation et de la formation, de la diversité et du développement culturel, de la démographie, de l'usage numérique, de la jeunesse et des sports* ».

Sûreté et sécurité des infrastructures sanitaires, routières, aéroportuaires, etc.

Bénéficiant d'infrastructures de qualité et sécurisées aussi bien portuaires qu'aéroportuaires et routières, les Outre-mer offrent des conditions sanitaires dont ne disposent pas les pays émergents concurrents et voisins. À ce titre, la présence d'infrastructures modernes de santé dans ces territoires est un facteur favorable à la croissance du tourisme et en particulier de l'activité de croisière, car les croisiéristes notamment américain.e.s sont vigilant.e.s sur la proximité d'équipements sanitaires susceptibles de les prendre en charge. Certains territoires ultramarins ont aussi l'avantage de se situer dans la zone euro ou de dépendre de cette monnaie. Toutefois, la parité euro/dollar peut être parfois défavorable aux Outre-mer. La qualité de ces infrastructures doit être maintenue et améliorée au bénéfice des populations mais aussi des touristes dans certains territoires comme Mayotte, la Guadeloupe, etc. À titre d'exemple, la distribution d'eau potable en Guadeloupe reste parfois aléatoire. Quand un.e touriste subit une coupure d'eau pendant 48 h, cet incident peut l'inciter à ne pas revenir ou à ne pas recommander la destination.

Quels seuils de soutenabilité liés à la fréquentation touristique retenir ?

L'identification de seuils de soutenabilité économique, environnementale et sociale liés à la fréquentation touristique¹¹² n'est pas simple dans les Outre-mer, îles (exception faite de la Guyane) à la biodiversité exceptionnelle, à la saisonnalité différenciée, etc. Comme le souligne Céline Barthon, « *la capacité de charge, souvent présentée comme l'indicateur composite clé pour déterminer le seuil de fréquentation optimale d'un territoire au-delà duquel apparaissent des dysfonctionnements relatifs à la saturation des infrastructures comme des sites et pouvant générer des problèmes environnementaux et sociétaux remettant en cause l'activité, reste une approche empirique qui séduit plus les scientifiques que les acteurs des territoires.* »¹¹³

Le CESE s'est néanmoins préoccupé de cette question dans ses rapport et avis *Tourisme et développement durable en France* et avait souligné que « La concentration du tourisme pose le problème de la « capacité de charge des territoires » c'est-à-dire le seuil de fréquentation d'un territoire au-delà duquel apparaissent, d'une part, des dysfonctionnements relatifs à la

¹¹² Capacité de charge ou capacité d'accueil d'un territoire.

¹¹³ Céline Barthon, géographe, enseignante-chercheuse à l'université d'Angers, « Tourisme de masse et développement durable : quelle compatibilité ? », in *Cahiers Français « L'industrie du tourisme »*, n° 393, p. 14, juillet-août 2016, La documentation Française.

saturation des infrastructures (routes, aires de stationnement, réseaux...) et, d'autre part, des problèmes environnementaux et sociétaux.¹¹⁴ »

« Le CESE estime important pour le développement d'un tourisme durable que la notion de capacité de charge conduise à une réflexion sur des éléments concrets. Il est nécessaire sur un territoire de préserver l'environnement et les habitants des impacts parfois négatifs du tourisme, mais en parallèle les professionnels du tourisme doivent prendre conscience de la nécessité de ne pas dégrader les atouts touristiques environnementaux et culturels d'une région¹¹⁵ ». Dans les territoires ultramarins, des questions aussi diverses que la gestion de l'eau, de l'énergie, de la climatisation, des déchets, etc. qui posent déjà des problèmes doivent être réexaminées en lien avec le nombre de touristes susceptibles d'être accueilli.e.s, en particulier les croisiéristes dont le nombre est en forte croissance dans certains territoires comme la Nouvelle-Calédonie.

« Pour que la capacité de charge ne reste pas seulement un outil théorique, le CESE propose de concevoir des outils de contrôle, de surveillance ou de gestion qui rendront son application opérationnelle, afin de maîtriser les flux touristiques et le développement du territoire tant sur le plan économique que social et environnemental. Il considère que l'élaboration de ces outils devrait faire l'objet d'une réflexion nationale via la direction du Tourisme et/ou Atout France pour créer une 'boîte à outils' ; mais, une fois celle-ci conçue, ces outils ne peuvent être déclinés et suivis qu'au niveau de chaque territoire. Le dossier élaboré à l'Île-de-Ré 'De la fréquentation touristique à la capacité de charge : comment construire un projet de territoire' qui tient compte de la topographie de l'Île, des attractions, des possibilités de circulation et de stationnement, ainsi que des horaires d'ouverture des magasins, en constitue un bon exemple.¹¹⁶ »¹¹⁷

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme pisted'action que dans chaque territoire ultramarin, les observatoires du tourisme calculent, avec l'aide notamment d'Atout France, la capacité de charge des territoires et mettent à leur disposition les outils de contrôle, de surveillance ou de gestion qui rendront l'application de ce concept opérationnelle afin de leur permettre de maîtriser les flux touristiques et leur développement tant sur le plan économique que social et environnemental.

¹¹⁴ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapports du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, novembre 2014, p. 17.

¹¹⁵ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapports du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, novembre 2014, p. 17.

¹¹⁶ www.iddri.org/Evenements/Interventions/071201_pstation.

¹¹⁷ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapports du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, novembre 2014, p. 17.

3. L'articulation des politiques publiques entre l'État et les collectivités

Réorienter le modèle vers le tourisme durable dans les Outre-mer suppose une impulsion de l'Etat, qui serait ensuite déclinée au niveau des territoires. En effet, comme le décrit la première partie de cette étude, l'État définit la politique nationale du tourisme et les collectivités établissent les mesures concrètes dans les schémas régionaux de développement du tourisme et des loisirs, pour ce qui concerne les DROM.

La convergence vers un tourisme durable dans les Outre-mer nécessite alors un pilotage interministériel qui pourrait se matérialiser par l'élaboration et la signature de contrats d'objectifs entre l'Etat (sous l'égide du Premier ministre, avec les ministres de l'Europe et des Affaires étrangères, de la Transition écologique, de l'Economie et des Outre-mer) et les collectivités d'Outre-mer. Ainsi, l'État fixerait avec les collectivités les grandes orientations ainsi que les lignes budgétaires pour basculer le modèle actuel vers un modèle durable.

Ce schéma pourrait s'organiser comme suit :

- **Au niveau national, un Conseil stratégique du tourisme dans les Outre-mer (CSTOM)** a été récemment mis en place pour associer les décideur.euse.s politiques nationaux.ales et territoriaux.ales, les professionnel.le.s et les administrations concernées, y compris Atout France, afin d'animer la réflexion et la feuille de route du gouvernement.
- Le Conseil s'organise en groupes de travail sur la restructuration de l'offre hôtelière, la qualification des personnels, la desserte aérienne et les visas, sur la croisière, la gastronomie et le patrimoine culturel et naturel, ainsi que sur le tourisme innovant et l'accompagnement des entreprises. Le dernier groupe de travail, un cluster piloté par Atout France, se concentre sur la promotion et le marketing pour développer l'offre touristique ultramarine. Ce schéma a vocation à être décliné localement et les travaux menés dans chacun des territoires permettront de construire une stratégie nationale du tourisme en Outre-mer¹¹⁸. **Au niveau des territoires** : Ce travail interministériel devrait également se poursuivre à l'échelle de chaque collectivité sous le pilotage des président.e.s de collectivités et des représentant.e.s de l'Etat (avec la participation des services concernés). Mais chaque année, des « réunions annuelles d'objectifs » regroupant exécutifs locaux, professionnel.le.s du secteur (directeur.ice.s des Comités du tourisme, hôtellerie-restauration, représentant.e.s des compagnies aériennes, les président.e.s des CCI, des chambres d'Artisanat...) permettraient d'associer l'ensemble des acteur.ice.s à la préparation de la saison touristique.

Le tourisme sera également au cœur des Assises des outre-mer¹¹⁹. L'ambition de ces Assises est que chaque acteur.ice ultramarin.e se sente assez concerné.e pour participer aux solutions pérennes pour développer leurs territoires et que les solutions identifiées au

¹¹⁸ Déclaration de la ministre des Outre-mer, le 25 septembre 2017, en ouverture de la deuxième édition des journées nationales du tourisme outre-mer qui se déroulaient salle Félix Éboué à Oudinot.

¹¹⁹ Déclaration de la ministre des Outre-mer, le 25 septembre 2017, en ouverture de la deuxième édition des journées nationales du tourisme outre-mer qui se déroulaient salle Félix Éboué à Oudinot.

cours des Assises s'inscrivent pleinement dans les réalités et les besoins locaux. Les élu.e.s, acteur.rice.s public.que.s et privé.e.s du secteur sont convié.e.s à réfléchir à des projets concrets pour chacun des territoires, notamment à des projets qui appellent à des capacités de pilotage et de mise en œuvre rapides. L'un des enjeux de cette réflexion est de cibler une clientèle qui soit à la fois plus contributive et moins ancrée dans le tourisme affinitaire. Les Outre-mer devront également s'inscrire davantage dans leurs bassins maritimes. Cela passe par une réflexion sur les politiques de visa ainsi que par une offre de formation plus pertinente ou par l'excellence française en matière culinaire.

Les nécessaires pilotage et coordination entre les différent.e.s acteur.rice.s au niveau local

En juin 2015, la **Guyane** est la seule région ultramarine à bénéficier d'un contrat de destination pour mettre en valeur ses atouts touristiques. Le contrat de destination est à la fois un outil de réflexion, d'impulsion et d'action au service d'une stratégie de destination à forts enjeux national et international. Le projet porté par la Région se compose de quatre contrats de destination territoriaux : littoral de Guyane, Maroni, Approuague-Oyapock et Cœur de Guyane. Le contrat de destination est signé entre la Région et l'État le 17 octobre 2015. Dans ses avis et rapport sur *Tourisme et développement durable en France*, « *Le CESE préconise une meilleure collaboration entre les acteurs publics et privés, afin de développer l'ingénierie nécessaire à l'élaboration de ces contrats [de destination] en s'appuyant sur Atout France. Afin de développer les actions prévues dans le contrat de destination, le CESE demande que l'État mobilise et mette en cohérence les outils financiers existants. Le CESE estime que le choix du leader doit être basé sur le volontariat. Le rôle du leader devra être précisé lors de l'élaboration du contrat. Il sera chargé, entre autres, du suivi du contrat, de l'animation des acteurs et de l'évaluation des actions mises en place.*¹²⁰ ».

Les contrats de « structuration de pôles touristiques territoriaux » (SPôTT)

Initiés en 2015, les contrats de « structuration de pôles touristiques territoriaux » (SPôTT), ont pour objectif de valoriser les territoires et de mettre en avant leur excellence touristique en les accompagnant dans la structuration d'une offre de proximité de qualité. Lors du premier appel à projets clos en juin 2015, douze dossiers ont été retenus dont aucun ultramarin. Les projets retenus ont bénéficié d'un appui en ingénierie de l'opérateur Atout France financé par la Direction générale des entreprises ainsi que d'une mise en valeur promotionnelle. Lors du deuxième appel à projet clos en octobre 2016, parmi les 12 projets retenus, un projet intitulé *Cilaos, le retour aux sources* est porté par la communauté intercommunale des villes solidaires de **La Réunion**. Ces contrats SPôTT bénéficieront d'un appui en ingénierie de 12 jours de l'opérateur Atout France, financé par la Direction générale des entreprises.

¹²⁰ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapports du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, novembre 2014, préconisation 6, p. 22.

4. Construire des outils d'intelligence territoriale au service du tourisme et de l'attractivité des destinations

L'observation du tourisme : un outil indispensable

L'activité touristique dans les territoires d'Outre-mer reste mal connue sur le plan statistique et nécessite une meilleure coordination des outils existants et la mise en place de nouveaux dispositifs. Comme le souligne Jean-Marie Breton : « *le tourisme s'inscrit et se développe à la fois dans des espaces et des territoires spécifiques, et dans des contextes et des environnements économiques et sociétaux particuliers, parfois comparables et convergents, souvent originaux et hétérogènes* » (2015, p. 15.). L'analyse du tourisme dans les territoires d'Outre-mer doit s'inscrire dans cette réflexion à la fois globale et spécifique à chaque territoire, qui prenne en compte leurs traits communs, éventuellement fédérateurs, et toute la mesure des singularités qui complexifie les enjeux et les perspectives.

L'expérience initiée à **La Réunion** en matière d'observation touristique est certainement un modèle à promouvoir dans les Outre-mer. C'est à l'initiative de la Région Réunion que l'Île de La Réunion Tourisme (IRT) a été chargée de porter l'Observatoire régional du tourisme (ORT). **Le comité de pilotage de l'ORT** est composé d'expert.e.s, de professionnel.le.s du tourisme et de chercheur.euse.s. Il mène des études qualitatives, quantitatives et exerce une fonction de veille touristique.

L'IRT recense et centralise toutes les données sur le tourisme, et elle conduit des études quantitatives, proposant des tableaux de bord, le recueil et le traitement des informations statistiques récurrentes disponibles qui permettent de situer l'évolution de l'activité touristique de la destination par rapport à son environnement régional et dans le contexte mondial.

L'Observatoire développe également des études sectorielles à caractère socioéconomique ainsi que des approches marketing. Il effectue enfin une veille concurrentielle (destinations concurrentes et émergentes, prix, communication), une veille technologique sur les produits (innovations, rentabilité, etc.), et une veille prospective sur les stratégies (management des destinations).

Prendre la mesure du secteur touristique en créant un observatoire

La construction d'un observatoire du tourisme répond à la nécessité de poser des cadres opérationnels. Les objectifs de l'observatoire du tourisme sont d'ordre économique (conforter les revenus du tourisme) et territorial (veiller à la qualité de la destination et à son attractivité) dans une perspective de bien-être des populations et de développement durable.

L'observatoire doit donc informer les professionnel.le.s du tourisme et la puissance publique (sur l'état du territoire, l'utilisation des fonds publics). Il remplit un rôle fédérateur, l'observation ne doit pas être réduite à sa seule dimension technique, ni être entendue comme un instrument de surveillance de l'activité.

Sur le modèle de l'initiative engagée à **La Réunion**, il faudrait promouvoir la mise en place de telles structures consacrées à l'observation du tourisme dans chacun des territoires d'Outre-mer. Il s'agit de recenser l'offre touristique du territoire et cerner le poids de

l'économie touristique à travers les consommations, le total des nuitées, la fréquentation dans les hébergements marchands (les taux d'occupation, le nombre d'arrivées et de nuitées, la durée moyenne des séjours, les origines géographiques des visiteur.euse.s et leurs profils), le niveau de l'emploi touristique dans la destination (la part des saisonnier.e.s). L'un des objectifs est de dégager les indicateurs de performance économique (tels le nombre d'emplois directs, indirects, saisonniers... ou encore les dépenses des touristes). Ces données sont ensuite spatialisées ; il s'agit de les territorialiser, c'est-à-dire de les inscrire dans les réalités quotidiennes des différents territoires d'accueil.

Cet outil est indispensable pour prendre la mesure de l'activité touristique, la réguler et optimiser les résultats dans une perspective de développement durable du territoire d'accueil. Il est aussi un outil collaboratif d'aide à la décision et accompagne les rencontres entre des professionnel.le.s, des expert.e.s, des élu.e.s, des porteur.euse.s de projets. L'observatoire du tourisme est au cœur de la gouvernance touristique de la destination.

Dans les Outre-mer, il devrait être le lieu privilégié de la mutualisation des moyens et des savoirs des acteur.rice.s public.que.s et privé.e.s pour construire la stratégie de la destination : de l'amélioration des statistiques (pour une réelle connaissance de l'existant) au développement d'une vision stratégique claire, articulée sur des offres pertinentes qui ciblent judicieusement les marchés porteurs.

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action de créer dans chaque territoire ultramarin un observatoire du tourisme à la fois pour accroître, mettre à jour et centraliser les connaissances sur le tourisme, informer tou.te.s les acteur.trice.s concerné.e.s et être un lieu d'échanges et de réflexion sur le devenir de ce secteur d'activité primordial pour ces territoires. La délégation à l'Outre-mer suggère comme piste d'action d'étendre à tous les territoires ultramarins l'« Enquête auprès des Visiteur.euse.s de l'Étranger » (EVE).

5. Comment converger vers un modèle de tourisme durable et économiquement viable ?

En structurant les offres par territoire

Tourisme vert ou de nature, tourisme culturel, tourisme sportif, tourisme bleu, tourisme scientifique, tourisme d'affaires, sont autant de segments de l'offre touristique que les Outre-mer devraient réexaminer et redéfinir à l'aune des impératifs du tourisme durable. Concrètement, il s'agit de déterminer comment les activités touristiques proposées dans chacun de ces domaines respectent l'environnement, impliquent les populations locales, peuvent être rentables et satisfont les touristes. Il s'agit aussi de vérifier que ces activités touristiques s'appuient bien sur les atouts spécifiques des territoires ultramarins pour s'inscrire dans une démarche de différenciation, de création de niches qui devrait permettre d'échapper en partie à la concurrence des pays et territoires voisins et d'améliorer ainsi la rentabilité des projets. En effet, cette démarche devrait notamment aboutir à ce que le prix ne soit plus le seul critère de choix pour le.la touriste potentiel.le.

Promouvoir le tourisme durable de nature

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) présente le tourisme de nature comme un tourisme dont la motivation principale est l'observation et l'appréciation de la nature. L'écotourisme permet ainsi de découvrir des sites préservés dans le respect de l'environnement et d'aller à la rencontre des habitants.e.s. Les Outre-mer disposent d'atouts naturels exceptionnels et parfois endémiques. Comme le soulignent plusieurs études universitaires¹²¹, le tourisme de nature pourrait donc s'y développer davantage à partir de l'exceptionnelle biodiversité et de la diversité des paysages terrestres et maritimes. L'écotourisme a aussi une spécificité : la compétitivité sur le prix compte sans doute moins fortement. Mais comme le soulignait Matthieu Lacave¹²², il reste à construire une image : des efforts de promotion et de marketing sont à fournir en faveur d'un tourisme durable, à l'instar de ce qui est fait au Costa Rica.

L'équilibre entre la préservation des espaces naturels, d'une part, et leur valorisation *via* le développement d'un tourisme durable, d'autre-part, demeure fragile à définir et à tenir. Une meilleure répartition spatiale des touristes sur un territoire permettrait à la fois d'amoindrir les pressions exercées sur certains espaces et un développement plus homogène. L'écotourisme mais aussi l'agrotourisme, le tourisme rural, s'accompagnent d'un renouvellement des pratiques, d'une diversification, notamment au profit des espaces intérieurs, forestiers et montagneux. Ils peuvent ainsi soutenir des projets d'aménagement du territoire dans des espaces enclavés et contribuer à une réduction des inégalités. En Polynésie française, l'édification de l'ensemble de la Zone économique exclusive (ZEE) en sanctuaire marin pour les espèces menacées (requins, tortues, mammifères marins) est une avancée sur le plan écologique, mais aussi pour le développement du tourisme de nature, car la promotion à l'international de ces mesures de protection de l'environnement peut susciter la venue de touristes.

Lors de son audition, M. Philippe Maud'hui¹²³ a indiqué que la valorisation de la faune et de la flore ultramarines pouvait être améliorée par l'ouverture de parcs animaliers et d'équipements de loisirs. Ces parcs s'adressent aussi bien aux touristes qu'aux habitants.e.s et leur permettent de découvrir le patrimoine naturel des Outre-mer. Atout France a participé à la création de tels sites en Guyane et en Martinique. **La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action que chaque territoire ultramarin promeuve le tourisme de nature en développant notamment les activités de randonnée, de découverte de la faune et de la flore terrestres en particulier endémiques.** Il s'agit concrètement de créer, réhabiliter et sécuriser les chemins de randonnée, d'établir un guide de ces chemins, de former des guides, de créer des établissements d'hébergement, etc.

¹²¹ Jean-Marie Breton (sous la direction de), *L'écotourisme : un nouveau défi pour la Caraïbe ?*, Paris, Karthala, vol. 1, 2001 ; Olivier Dehoorne et Anne-Laure Transler, « Autour du paradigme d'écotourisme », in *L'écotourisme dans la Caraïbe, Études caribéennes*, n° 6, avril 2007, <http://etudescaribeennes.revues.org/414>.

¹²² Intervention de M. Matthieu Lacave, directeur de Technopolis-France, lors de la conférence-débat « Les Outre-mer, au cœur de la compétition internationale », organisée par l'Agence française de développement, novembre 2013.

¹²³ Audition de M. Philippe Maud'hui, Directeur de l'ingénierie et du développement des territoires d'Atout France, accompagné de Mme Marie-Laure Desmet, Sous-directrice des territoires et filières au sein de la Direction de l'ingénierie et du développement des territoires, devant les membres de la délégation à l'Outre-mer du CESE, le 10 mai 2016.

Déconcentrer l'activité touristique

Certains territoires ultramarins comme la Guyane, la Nouvelle-Calédonie et la Polynésie française disposent d'une superficie importante. Pourtant leur activité touristique a tendance à se concentrer en quelques endroits.

Ainsi en Polynésie française, l'activité touristique se concentre essentiellement dans l'archipel de la Société, sur quelques îles de renommée internationale (Bora-Bora, Moorea) où se rendent les deux tiers des touristes¹²⁴. Les archipels éloignés restent peu visités (à l'exception de Rangiroa qui a accueilli 18 247 touristes en 2013, dont la moitié dans le cadre d'une escale de croisière), en raison de difficultés d'organisation, du coût du transport et d'une offre d'hébergement limitée ou peu qualitative. L'activité de croisière facilite à cet égard l'accès aux archipels éloignés, comme aux Marquises, où les trois quarts des touristes arrivent par la mer grâce au circuit assuré par l'Aranui III et aux escales du Paul Gauguin. Dans cet archipel, où le tourisme est encore peu développé et rythmé par les rotations des navires de croisière, la Communauté de communes des îles Marquises (CODIM) cherche à doubler le nombre de visiteurs en dix ans tout en préservant le cadre attractif du lieu. Elle souhaite, pour ce faire, développer un tourisme vert en créant des sentiers de randonnées et culturels, en mettant en avant le patrimoine des Marquises.

Tableau n° 3 Îles polynésiennes visitées par les touristes en 2013

	Nombre de touristes	Pourcentage de touristes ayant visité l'île dans le total des touristes venus en Polynésie	Pourcentage de croisiéristes
Tahiti	132 466	80,6	18,0
Bora Bora	106 890	65,0	23,0
Moorea	105 462	64,2	24,0
Huahine	36 578	22,3	64,0
Raiatea	31 088	18,9	69,0
Tahaa	21 023	12,8	61,0
Rangiroa	18 247	11,1	48,0
Îles Marquises	10 831	6,6	76,0
Autres Tuamotu-Gambier	8 439	5,1	42,0
Fakarava	5 554	3,4	42,0
Maupiti	3 564	2,2	14,0
Îles Australes	1 899	1,2	67,0
Nombre total de touristes	164 393		

Ligne de lecture : en 2013, 65 % des touristes se sont rendu.e.s à Bora-Bora dont 23 % dans le cadre d'une croisière inter îles au départ de Tahiti.

Source : ISPF - Enquête Dépenses Touristiques, 2013.

¹²⁴ IEOM, « Le tourisme en Polynésie française en quête d'un second souffle », *Note Expresse*, n° 147, janvier 2015, p. 8.

Promouvoir le tourisme durable culturel et patrimonial

Avec le tourisme durable culturel, il ne s'agit plus de séjourner en un point quelconque du globe, mais de choisir une destination pour rencontrer les populations locales et découvrir leur culture, leurs us et coutumes. Comme le souligne Claude Origet de Cluzeau, le tourisme culturel « *est un déplacement dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire*¹²⁵ ». Les activités culturelles et patrimoniales ont donc un rôle important à jouer dans le cadre du tourisme durable dans les Outre-mer. Ces activités, le plus souvent mises en œuvre par des associations, peuvent directement générer des flux touristiques lorsqu'elles sont au cœur d'un événement culturel comme un festival de danse, de musique, etc. qui prend appui sur la culture et les traditions locales. Elles contribuent aussi à l'attrait de la destination touristique en permettant également d'explorer la richesse du patrimoine ultramarin : langues, danses, musique, histoire, peinture, littérature, contes et légendes, sports traditionnels, tatouage, architectures coloniale et traditionnelle, soins et médecine traditionnels, artisanat,...

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action que chaque territoire ultramarin se dote d'un calendrier annuel de manifestations culturelles et sportives accessible aux opérateurs touristiques et aux touristes. Elle suggère aussi que chaque territoire ultramarin crée des parcours de découverte des sites historiques et archéologiques. Certains de ces parcours pourraient être thématiques.

Promouvoir le tourisme bleu durable

La croissance d'une économie bleue durable repose en particulier sur le développement du tourisme côtier et maritime à travers le patrimoine marin et côtier, naturel et culturel, les loisirs nautiques, les établissements de plage, la croisière, les établissements d'activités physiques et sportives et les activités de loisirs en général¹²⁶.

Disposant d'une zone économique exclusive très étendue, les Outre-mer disposent de l'ensemble des atouts indispensables au développement d'un tourisme bleu. Si les activités de baignade, de repos en bord de mer ou de découverte de la richesse sous-marine sont déjà bien développées, les activités sportives en rapport avec la mer restent peu diversifiées. L'aménagement de sites pour la pratique de sports nautiques (ski nautique, wake board, surf, kitesurf...) pourrait dynamiser cette niche touristique si les projets retenus sont durables. De même le développement du tourisme nautique pourrait être favorisé en prenant mieux en compte la préservation de l'environnement. Ainsi en Polynésie française, il serait prévu de développer les ancrages écologiques dans les archipels et de créer ou d'étendre certaines marinas en traitant la question de l'évacuation écologique des eaux usées¹²⁷. Les synergies entre les activités touristiques et les secteurs des pêches et de l'aquaculture devraient être approfondies et la mise en œuvre d'un pescatourisme, étudiée.

¹²⁵ Claude Origet de Cluzeau, *Le tourisme culturel*, Presses universitaires de France (PUF), collection « Que sais-je ? », octobre 2007.

¹²⁶ Ministère de l'Environnement, de l'énergie et de la mer, en charge des relations internationales sur le climat, *Stratégie nationale pour la mer et le littoral*, février 2017 (SNML), février 2017, p. 6.

¹²⁷ *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*, p. 54.

L'activité de croisière s'est développée de façon importante dans des territoires comme la Nouvelle-Calédonie, et repart dans d'autres comme la Martinique ou la Guadeloupe. Favoriser le développement de cette activité devrait passer par un examen de son caractère durable (nombre de croisiéristes souhaité.e.s, nombre de bateaux, gestion des déchets, etc.). La Polynésie française souhaite valoriser et adapter ses infrastructures portuaires aux flux touristiques : réhabilitation du terminal croisière de Raiatea, amélioration du terminal croisières au port de Papeete, etc.

Promouvoir le tourisme durable d'affaires

Le secteur du tourisme d'affaires joue aussi, pour partie auprès d'un autre type de clientèle et dans un autre registre, un rôle de vitrine internationale¹²⁸. Pour le CESE, développer le tourisme d'affaires nécessite la mise en place d'une politique particulière qui intègre le transport de l'aéroport au salon et l'amélioration de la sécurité. Les annonces faites sur ce point lors de la clôture des Assises du tourisme vont dans le bon sens¹²⁹.

5.1. Promouvoir le tourisme durable sportif

De nombreux.euses athlètes de haut niveau sont originaires des Outre-mer. Leur réussite et leur parcours sportifs témoignent que les Outre-mer sont des terres d'élection pour les activités sportives. Ces activités peuvent contribuer au développement du tourisme durable lorsqu'elles en respectent les codes et peuvent se déployer aussi bien sur terre, sur mer et dans les airs. Certains territoires comme la Polynésie française ont décidé de promouvoir ce type de tourisme en l'inscrivant comme une des modalités du tourisme bleu ou comme une façon de mettre en valeur certaines activités sportives traditionnelles comme les courses de Va'a (pirogue polynésienne).

L'offre touristique dans les Outre-mer devrait davantage valoriser la restauration et la gastronomie.

Il s'agit à la fois de faire découvrir les fruits, plantes locales (christophine, banane plantain, fruit de la passion, etc.), les spécialités culinaires de chaque territoire et même donner la possibilité aux touristes d'apprendre à les cuisiner *via* des cours ou des stages de cuisine. Ce voyage touristique culinaire doit bien évidemment reposer sur la production agricole locale.

Le secteur de l'agriculture demeure un important employeur dans les Outre-mer. Il peut contribuer au tourisme durable de plusieurs façons :

- en fournissant un hébergement : gîtes, tourisme à la ferme ou agrotourisme ;
- en fournissant des produits issus de l'agriculture et de la pêche au secteur de la restauration, des matières premières pour l'artisanat local, des boissons, des confitures, des épices, des fleurs, etc. L'amélioration de la contribution de l'agriculture au secteur du tourisme pourrait s'appuyer sur une analyse de la demande de produits locaux dans ce secteur afin de déterminer les taux de couverture des

¹²⁸ Bernard Plasait, *Le tourisme d'affaires : un enjeu majeur pour l'économie*, avis du CESE, 2007-n° 15, juillet 2007.

¹²⁹ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapports du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, novembre 2014, p. 24.

besoins par des productions locales et dynamiser certaines filières en facilitant la chaîne d'approvisionnement des acteur.trice.s du tourisme ;

- en contribuant à la préservation et l'embellissement de l'environnement des Outre-mer. Ainsi la filière « banane » contribue au dynamisme du tourisme rural en structurant les paysages de certains territoires ultramarins. Dans ses rapport et avis *Les perspectives économiques des secteurs de l'horticulture*¹³⁰, le CESE avait déjà souligné que l'horticulture demeurerait essentielle aux économies ultramarines et à leur population, aussi bien en termes de compléments de revenus agricoles que d'emplois.

Dynamiser les filières artisanales ultramarines

De nombreuses filières artisanales ultramarines pourraient contribuer directement ou indirectement au développement du tourisme durable dans les Outre-mer. Ce développement pourrait également favoriser l'essor de ces filières en préservant et en mettant en valeur, par exemple, les savoir-faire traditionnels ultramarins.

Carlos Monterrubio¹³¹ et Melvin Bermúdez, dans leur article « Les impacts du tourisme sur l'artisanat local au Costa Rica », soulignent que le tourisme est un agent important de transformation des manifestations et des productions culturelles locales. Ils remarquent que « *Dans le cas de l'artisanat, qui établit une relation entre l'espace, les gens et les modes de vie traditionnels, la consommation touristique peut conduire à une marchandisation de la culture. Cette marchandisation a tendance à imposer des changements dans la forme, les matières premières, les techniques de production, les outils du métier et aussi dans le sens et la valeur de la culture locale. [...] Des entretiens approfondis ont révélé que les masques et les métiers traditionnels ont été modifiés du fait de leur incorporation dans la consommation touristique ; cette modification est principalement fondée sur l'agrégation d'éléments décoratifs et représentatifs de la biodiversité du Costa Rica, importants pour les touristes mais inexistantes dans la tradition d'origine. Cependant, les artisans fabriquent aussi des masques traditionnellement développés pour leurs propres intérêts culturels. Cela suggère que la transformation de la culture n'est pas nécessairement le résultat d'un intérêt unidirectionnel du tourisme, mais plutôt une stratégie de survie économique et culturelle.* » Ces interactions entre artisanat traditionnel et tourisme peuvent également se retrouver dans certains territoires ultramarins. Ainsi, comme le rappelle Olivier Ginolin¹³² « *En ce qui concerne les techniques artisanales, à l'instar de la société polynésienne dans son ensemble, il y a un avant et un après, à l'installation du Centre d'expérimentation du Pacifique (CEP) en 1963. (...) D'un artisanat utilitaire circonscrit à un usage domestique va émerger un artisanat touristique à destination d'Occidentaux de plus en plus nombreux, qu'ils soient de passage lors de séjours touristiques ou résidents comme les familles des militaires venus pour le CEP.* »

¹³⁰ Michèle Viguier, *Les perspectives économiques des secteurs de l'horticulture*, avis et rapport du CESE, n° 2006-10, juin 2006.

¹³¹ Carlos Monterrubio et Melvin Bermúdez, « Les impacts du tourisme sur l'artisanat local au Costa Rica », *Téoros*, revue de recherche en tourisme, 2014.

¹³² Olivier Ginolin, « L'artisanat traditionnel en Polynésie française : de l'économie touristique à l'élaboration des identités insulaires », in *Le journal de la Société des Océanistes*, 2004.

Une meilleure protection du littoral

La convergence vers un développement durable implique un aménagement différent de la bande littorale. Les dispositions de la loi du 3 janvier 1986 relative à l'aménagement, la protection et la mise en valeur du littoral s'appliquent dans les départements d'Outre-mer, sous réserve d'adaptations destinées à prendre en compte la réserve domaniale des cinquante pas géométriques¹³³. Par la loi du 30 décembre 1996 relative à l'aménagement, la protection et la mise en valeur de la zone des cinquante pas géométriques dans les départements d'Outre-mer, le législateur a souhaité faire évoluer la bande littorale côtière vers une gestion plus durable. L'article premier énonce cette volonté de protection par un transfert des parcelles naturelles de la zone incluse dans le domaine public maritime, au Conservatoire de l'Espace Littoral et des Rivages Lacustres (CELRL) dont la mission a été renforcée avec la loi du 27 février 2002 et le décret du 29 août 2003 qui consacrent l'extension de ses compétences et lui donnent les bases légales pour remplir pleinement son rôle de propriétaire et de partenaire des collectivités pour la gestion de ces espaces.

Le rapport d'information du Sénat de 2004, de M. Patrice Gélard, concluait qu'en Outre-mer « *en dépit (d') aménagements, la mise en œuvre de la loi du 3 janvier 1986 reste souvent difficile et conflictuelle* »¹³⁴. Le rapport constatait que le littoral des départements d'outre-mer était touché par un phénomène important d'« *urbanisation illégale, forme de réponse spontanée à une demande sociale très forte* » dans des espaces le plus souvent insulaires et très étroits. Devant la délégation sénatoriale à l'Outre-mer, le 9 avril 2015, M. Louis-Olivier Roussel, directeur-adjoint de la DEAL, rappelait qu'« *au sein de la zone des cinquante pas géométriques, il faut également distinguer non seulement les zones naturelles, avec des enjeux de conservation des paysages et de la biodiversité, mais aussi les zones intermédiaires comme, par exemple, les zones balnéaires situées à l'ouest de l'île, qui représentent de forts enjeux. Dans ces dernières zones, des terrains du domaine ont fait l'objet de cessions dans le passé et le territoire est devenu semi-urbanisé. On peut même utiliser le terme de « gruyère ». L'État ne dispose pas actuellement des moyens financiers pour assurer la protection des espaces qu'il conserve en gestion et nous nous interrogeons sur la façon dont nous pouvons continuer à les gérer* ».

Plusieurs années après, le problème du respect de la zone des cinquante pas géométriques reste d'actualité et les directions départementales de l'aménagement, de l'environnement et du logement chargées, sous l'autorité du/de la Préfet.e, de leur contrôle n'arrivent pas, dans bien des cas, à faire respecter la loi et l'ensemble des textes relatifs à la protection de l'environnement.

¹³³ Zone délimitée comme une bande de 81,20 mètres comptés à partir du rivage. Le régime de cette zone, que la loi du 3 janvier 1986 a intégré au domaine public maritime, est peu ou prou comparable à celui de la bande des cent mètres existante dans l'hexagone.

¹³⁴ La loi n° 96-1241 du 30 décembre 1996 relative à l'aménagement, la protection et la mise en valeur de la zone des cinquante pas géométriques dans les départements d'outre-mer a eu pour objet de régulariser la situation des occupants sans titre en leur permettant d'acquérir leurs terrains et de sortir de l'insalubrité et de la précarité de logements autoconstruits. Elle a prévu la création d'agences pour la valorisation des espaces urbains, afin de permettre aux communes de parfaire leur développement économique.

La mise en place d'un modèle de tourisme durable dans les Outre-mer doit conduire l'ensemble des exécutifs locaux, en partenariat avec les services de l'État, et avec la consultation des associations environnementales, à une exigence accrue dans le respect des règles relatives au littoral. Car celles-ci sont insuffisamment respectées en pratique.

Impliquer les acteur.rice.s du secteur privé

Les entreprises du secteur touristique ont un rôle à jouer dans la limitation de l'impact environnemental de leur activité. Les hôtels par exemple utilisent de grandes quantités de ressources naturelles, telles que l'eau, l'énergie, et rejettent des déchets et des polluants qui nuisent à la biodiversité. La réalisation de diagnostics énergétiques, l'utilisation de panneaux solaires, l'installation d'ampoules LED¹³⁵, le changement de la robinetterie et du matériel de plomberie, la formation du personnel et la sensibilisation des client.e.s aux éco-gestes sont des exemples d'actions qui permettent de réaliser des économies et des gains environnementaux considérables. Les hôtelier.ère.s sont de plus en plus nombreux. euses à s'impliquer dans des démarches écoresponsables et l'affichage environnemental, lancé en janvier 2017 par le ministère de la Transition écologique et solidaire, permet d'orienter les choix des consommateur.rice.s sensibles à l'environnement et d'encourager les fabricant.e.s à faire des efforts d'écoconception. Les sociétés de location pourraient aussi revoir la composition de leur parc automobile en proposant des voitures non-polluantes, des voitures hybrides ou électriques. Il apparaît également nécessaire d'impliquer les loueur. euse.s de bateaux.

En identifiant les organismes de labellisation et en adoptant une procédure de labellisation

Afin d'améliorer leur visibilité à l'international, les Outre-mer devraient davantage promouvoir les labels touristiques internationaux. À titre d'exemple, créé en 1992, **l'Eco-label européen est le seul label écologique officiel européen** utilisable dans tous les pays membres de l'Union européenne. Il est délivré, en France, par AFNOR Certification. C'est une marque volontaire de certification de produits et services. Il repose sur le principe d'une « approche globale » qui *« prend en considération le cycle de vie du produit à partir de l'extraction des matières premières, la fabrication, la distribution, et l'utilisation jusqu'à son recyclage ou son élimination après usage »*. Il est applicable depuis 2003 au tourisme. Il prend en compte la consommation d'eau et d'énergie, les déchets, l'utilisation de ressources renouvelables, la qualité et l'éducation en matière d'environnement. De même, « la Clef Verte » est un label international qui récompense les hébergements touristiques pour leur dynamisme en matière de gestion environnementale. Les exploitant.e.s touristiques peuvent se tourner vers ce label qui est volontaire et qui est attribué chaque année par un jury indépendant. Les critères sont communs à tous les pays. À titre d'exemple, en Guadeloupe, depuis la fin de l'année 2016, sept hébergements touristiques bénéficient du label Clef Verte et deux, de l'Écolabel européen¹³⁶.

¹³⁵ De l'anglais : *light-emitting diode*, ampoules à faible consommation d'énergie.

¹³⁶ IEDOM, *Guadeloupe 2016*, édition 2017, p. 102.

Le Passeport Vert est un projet international initié par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement, dont l'objectif est de créer des destinations d'excellence sur le plan du tourisme durable, reconnues au niveau international et proposant des expériences nouvelles et responsables tant aux acteur.rice.s touristiques qu'aux visiteur.euse.s. Comme l'a rappelé Gérard Ruiz lors de son audition¹³⁷, l'association nationale des élu.e.s du littoral (ANEL) souhaite diffuser cette démarche auprès de ses membres.

Ce projet de l'ANEL s'inspire de l'expérience menée, dès 2012, par le département de la Loire-Atlantique, premier département d'Europe à s'engager dans la démarche Passeport Vert, pour un tourisme durable. Outre la Loire-Atlantique, deux collectivités adhérentes de l'ANEL se sont engagées dans la démarche : la Communauté d'agglomération de l'Espace Sud **Martinique** et la Communauté urbaine Perpignan Méditerranée Métropole.

Les bénéfices attendus de la démarche Passeport Vert sur un territoire sont nombreux : mise en place de circuits courts, maîtrise des impacts environnementaux de la filière touristique, création d'offres innovantes pour les touristes, communication, réduction des coûts pour les acteur.rice.s du privé, création d'emplois locaux etc. La mise en place de cette démarche est facilitée par la mise à disposition des collectivités engagées, d'une plateforme en ligne et d'une formation spécifique pour créer, piloter et faire vivre dans le temps le Passeport Vert. Il s'agit donc d'une réelle mutualisation de moyens, de la diffusion de compétences dans le réseau de l'ANEL et d'un gain de temps pour les territoires.

Sensibiliser les touristes à la préservation de la biodiversité dans les Outre-mer et valoriser cette biodiversité comme atout du développement touristique des territoires ultramarins, tels sont les objectifs du document « passeport vert » piloté par le ministère de l'Outre-mer. La France a souhaité décliner, pour la biodiversité dans les OM, la démarche du « passeport vert » (ou Green Passport) lancée par le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) et destinée à favoriser le développement du tourisme durable. Ce projet interministériel a été inscrit dans les « Engagements de l'État » lors de l'adoption de la nouvelle Stratégie nationale biodiversité 2011-2020. L'objectif de ce passeport est double : sensibiliser les touristes à la protection de la biodiversité et valoriser cette biodiversité comme atout du développement touristique des territoires d'outre-mer.

Ce passeport qui comprend une partie générale sur les enjeux et les richesses de la biodiversité ultramarine et une partie présentant la biodiversité spécifique et les sites naturels à découvrir dans chacun des territoires, met donc en valeur l'ensemble des douze départements et collectivités d'Outre-mer. Il offre une vision globale de la diversité et de la richesse des atouts naturels des Outre-mer français. En outre, il a été labellisé « Année 2011 des Outre-mer ». 300 000 passeports ont été diffusés dans les douze territoires d'outre-mer, dont 200 000 en français et 100 000 en anglais afin de sensibiliser également les touristes étranger.ère.s. Les comités régionaux du tourisme ont été des acteurs importants de sa diffusion notamment à l'arrivée des voyageur.euse.s dans les aéroports. Par ailleurs, des stocks étaient également disponibles sur les principaux sites touristiques.

¹³⁷ Audition de M. Gérard Ruiz, inspecteur général honoraire de l'administration du développement durable, avec la rapporteure de l'étude, le 23 mai 2016.

La délégation à l’Outre-mer du CESE suggère comme piste d’action une mise à jour du document « passeport vert » pour un tourisme durable dans les Outre-mer et une nouvelle diffusion auprès des touristes.

En orientant l’investissement public et privé

Les différentes sources de financement doivent être davantage orientées en faveur du développement du tourisme durable dans les Outre-mer.

Les fonds d’investissement publics

Les outils de financement publics au service du tourisme ont beaucoup progressé ces dernières années grâce à l’engagement de la Caisse des dépôts et consignations, de la Banque publique d’investissement (Bpifrance) et de l’Agence française de développement (AFD). Ces outils de financement doivent toutefois s’orienter encore davantage vers l’essor du tourisme durable.

La Caisse des Dépôts et consignations est une actrice de l’économie sociale et solidaire et, à ce titre, elle apporte sa capacité d’intervention sur l’ensemble des dimensions de l’offre touristique (infrastructures, aide aux collectivités, ingénierie financière...), ainsi que sa capacité à prendre des risques et à construire des partenariats économiques avec d’autres investisseurs sur le temps long. Ainsi, par exemple, la Caisse des Dépôts et consignations est actionnaire d’une compagnie aérienne à destination de l’Outre-mer avec un objectif de rentabilité calculé sur le temps long. En mobilisant un milliard d’euros sur cinq ans (2015-2020) pour renforcer l’attrait touristique de la France, la Caisse des Dépôts apporte un concours très important à ce secteur. Via sa plate-forme d’investissement, la Caisse des Dépôts finance des hébergements touristiques (construction ou rénovation d’hôtels...), les équipements des territoires (ports de plaisance, parcs des expositions et congrès...) et les entreprises.

Comme l’a rappelé M. Marc Abadie, directeur du réseau et des territoires de la Caisse des dépôts et consignations, lors de la seconde édition des Rencontres nationales du tourisme Outre-mer¹³⁸, les problématiques de financement des infrastructures touristiques doivent s’analyser dans un « ensemble stratégique » large. Une stratégie touristique se construit en fonction d’un environnement, sans dissocier une stratégie des grandes questions écologiques, numériques, économiques, concurrentielles... susceptibles de l’affecter. Le redéploiement des stratégies touristiques territoriales ultramarines vers un tourisme durable nécessiteraient donc un accompagnement financier renforcé de la part de la Caisse des dépôts, et la réorientation des financements vers des mécanismes dédiés au développement durable.

Le fonds France Investissement Tourisme, géré par la Banque publique d’investissement (Bpifrance), vise à accompagner les transformations du secteur, à stimuler l’innovation et accroître la compétitivité des entreprises du tourisme, dans une filière porteuse d’emplois et de rayonnement international. Il a pour mission d’investir en tant qu’actionnaire minoritaire des montants de 500 000 € à 5 millions d’€ en fonds propres ou quasi fonds propres dans des entreprises du secteur touristique. Bpifrance réalise ainsi des prêts sans

¹³⁸ Les Rencontres nationales du tourisme Outre-mer se sont tenues à Paris, le 25 septembre 2017.

garantie « Prêt Croissance DOM »¹³⁹, des prêts additionnels en complément des banques, et aide à résoudre les problèmes de diagnostic et de garantie. Dominique Caignart¹⁴⁰, directeur du réseau Ile-de-France et Départements d'Outre-mer de Bpifrance, a annoncé avoir accompagné 2 000 projets en Outre-mer sur les 100 000 garantie de prêts bancaires accordées depuis la mise en œuvre du dispositif, soit 2 % des projets BPI réalisés outre-mer.

Enfin, L'Agence française de développement (AFD) a pour mission de contribuer à la relance de la croissance et de favoriser l'intégration régionale des Outre-mer. L'AFD accompagne les acteurs privés en finançant leurs investissements et en facilitant leur accès au crédit bancaire. Pour ce faire, l'AFD utilise la commercialisation de l'ensemble des produits de Bpifrance (garanties et prêts où l'AFD agit en tant que prestataire), et des financements directs proposés aux entreprises destinés essentiellement aux infrastructures et à la préservation de l'environnement. En 2016, 149 projets ultramarins publics et privés ont été financés pour un montant de 1,59 milliard d'euros et 656 millions d'euros ont été consacrés au financement de projets privés¹⁴¹.

Les financements européens

Les territoires ultramarins, régions ultra périphériques (RUP) ou pays et territoires d'Outre-mer (PTOM) peuvent mobiliser les fonds européens qui leur sont alloués en faveur du secteur touristique. Ainsi le gouvernement polynésien a placé le secteur du tourisme parmi les axes majeurs de son projet de développement de l'économie polynésienne et proposé à la Commission européenne, en 2014, de concentrer le 11^e Fonds européen de développement (FED) sur ce secteur. Le Conseil territorial de **Saint-Pierre et Miquelon** a effectué la même démarche.

Les financements de l'État et des collectivités locales

Le Gouvernement polynésien et l'État se sont entendus pour que le dispositif du contrat de projet 2015-2020 poursuive et renforce l'accompagnement et le soutien financier du secteur touristique. Une enveloppe de financement de 8,950 milliards de F CFP est fixée pour le volet « développement touristique » alors qu'elle était de 120 millions de F CFP dans le cadre du premier contrat. D'après un rapport de la Cour des Comptes de février 2014 relatif au tourisme dans les Outre-mer, « *en Polynésie française, 13,5 milliards de F CFP de dépenses de fonctionnement ont été engagés entre 2005 et 2011, auxquels il faut ajouter 220 millions de F CFP au titre des dépenses d'investissement.* »

¹³⁹ Le Prêt Croissance est conçu notamment pour financer : les coûts de mise aux normes, dépenses liées au respect de l'environnement, la croissance externe, le recrutement et la formation de l'équipe commerciale, les travaux d'aménagement, les frais de prospection, dépenses de publicité, matériels, progiciels, équipements à faible valeur de revente, les besoins en fonds de roulement...

¹⁴⁰ Les Rencontres nationales du tourisme Outre-mer se sont tenues à Paris, le 25 septembre 2017.

¹⁴¹ Le montant du financement de l'AFD par territoires ultramarins pour 2016, **La Réunion** a perçu le plus de financements (428 millions d'euros) suivie de près par la **Martinique** (421 millions). Viennent ensuite la **Nouvelle-Calédonie** (286 Millions), la **Guadeloupe/Saint-Martin/Saint-Barthélemy** (183 millions), la **Guyane** (108 millions), la **Polynésie française** (79 millions), **Mayotte** (48 millions), **Wallis-et-Futuna** (14 millions) et **Saint-Pierre et Miquelon** (0,2 millions).

Les dispositifs de défiscalisation

Les dispositifs de défiscalisation en vigueur dans les Outre-mer ont eu des conséquences positives et négatives sur le secteur du tourisme. Ils concernent notamment la création ou la rénovation de structures hôtelières mais également la réhabilitation des centres villes comme celle des cases créoles qui contribuent à la valorisation du patrimoine local. Certaines dérives ont été soulignées et les attentes en matière de création d'emplois ont parfois été déçues. Néanmoins pour certain.e.s acteur.rice.s de ce secteur, ces dispositifs sont indispensables pour financer l'hôtellerie, les compagnies aériennes, certains équipements de loisirs, etc. Il faudrait donc les améliorer pour éviter dérives et abus. Ainsi lors de son audition, M. Winiki Sage, président du CESC de Polynésie française, a souligné que « *sans la défiscalisation, la Polynésie ne peut pas continuer à développer son tourisme.*¹⁴² »

D'après le Conseil économique, social et culturel polynésien, en Polynésie française, « *au titre de la défiscalisation locale, 19,3 milliards de F CFP ont été accordés à l'industrie touristique entre 2005 et 2011 : 18 milliards au titre de la défiscalisation locale sur les résidences hôtelières et 1,3 milliards pour les projets relatifs à l'activité de charter nautique. Or, depuis et paradoxalement, l'on a assisté à la fermeture de 11 hôtels de ' luxe* »¹⁴³. La loi de programmation relative à l'égalité réelle Outre-mer ouvre le Fonds d'investissement de proximité (FIP) DOM-COM à l'ensemble des contribuables français.e.s. Ces FIP ont l'obligation d'investir 70 % de leurs avoirs dans des PME locales. Les PME du secteur touristique pourraient en bénéficier.

Quels que soient les dispositifs d'aide à l'investissement qui existeront dans l'avenir, il faudra qu'ils soient assortis de conditions liées à la promotion du développement durable et régulièrement évalués.

L'apport de la microfinance

La microfinance qui regroupe microcrédit, microassurance, finance solidaire et finance participative peut permettre l'insertion économique et sociale de personnes exclues de services bancaires, et en particulier d'accès au crédit¹⁴⁴. Cette insertion signifie concrètement sortir du chômage, ne plus être tributaire de minima sociaux et créer son emploi en finançant une activité de commerce, de services ou dans le secteur agricole. Le financement de projets relevant du tourisme durable peut être assuré par la microfinance.

¹⁴² Audition de M. Winiki Sage, président du Conseil économique, social et culturel de Polynésie française lors d'une table ronde réunissant des représentants des CESER et CESC des Outre-mer, le 22 mars 2016.

¹⁴³ Mélinda Bodin et Patrick Galenon, avis du Conseil économique social et culturel polynésien sur un dossier relatif à la stratégie de développement touristique de la Polynésie française pour la période 2015-2020, 25 février 2016, p. 4.

¹⁴⁴ Pierrette Crosemarié, *La microfinance dans les Outre-mer*, avis et rapport du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2015-04, février 2015.

B - Mettre l'innovation, la formation et l'implication des différent.e.s acteur.rice.s, notamment les populations, au service de la promotion des destinations et de l'accueil des touristes.

1. Le territoire, l'identification de la destination et la marque

Ressources territoriales et définition du positionnement de la destination

La notion de ressource territoriale a été développée et théorisée par Bernard Pecqueur¹⁴⁵. Cette démarche s'inscrit à l'encontre des modèles uniformisants qui mettent les destinations en concurrence sur la base de productions stéréotypées, monolithiques, où l'avantage revient à celui qui sait mieux vendre son produit ou qui bénéficie des prix les plus réduits grâce à du dumping social. Il est ici question de valoriser des **ressources spécifiques territoriales** pour mettre en avant les **avantages « différenciatifs »** dont seraient dotés les territoires. Ces ressources sont **des produits ou des services non reproductibles** car intrinsèquement liés à des caractéristiques non ou difficilement transférables (savoir-faire spécifiques, qualité paysagère ou patrimoniale...). Les ressources territoriales, avec leurs dimensions matérielle et immatérielle, sont le résultat de construits des acteur.rice.s.

« La notion de ressource territoriale s'impose comme une figure nouvelle du développement et de l'aménagement des économies dans le grand bouleversement post fordiste de la mondialisation. Du renouveau rural au fait métropolitain, il apparaît que la proximité (géographique ou institutionnelle) crée des relations structurelles spécifiques nouvelles entre les acteurs sociaux et économiques. Le territoire a acquis progressivement le statut d'objet géographique puis, plus récemment, d'objet économique.¹⁴⁶ » Le travail entrepris par **la Guyane** ces dernières années est tout à fait intéressant : la Guyane a pris le temps construire une vision globale de son projet de territoire, articulé sur un schéma d'aménagement foncier, une nouvelle identité avec une marque de destination. L'accent est mis sur l'appartenance au monde amazonien. Trop souvent par le passé, le territoire était intégré dans une vision globale de département français d'Amérique, d'un territoire caribéen ; autant de visions restrictives qui posaient toujours la Guyane comme un recoin, un confins, une Caraïbe sans les plages de sable fin. Désormais, à travers ce judicieux positionnement : la Guyane est associée à l'Amazonie, une porte ouverte sur l'Amazonie et le monde sud-américain, dont l'offre touristique se décline en trois axes : terre de nature, terre de sciences, terre de culture qui recourent la diversité des richesses et des potentialités touristiques de la destination.

¹⁴⁵ Bernard Pecqueur et Hervé Gumuchian, *La ressource territoriale*, Économica, 2007.

¹⁴⁶ *Ibidem*.

Positionnement opportuniste et stratégies de marchés aux échelles nationale, régionale et mondiale

Les ressources territoriales sont la singularité du territoire, elles sont au fondement de son identité et participent de la construction d'une réputation. Elles constituent le **socle du positionnement**.

C'est à partir de ce socle identifié qu'il convient d'aborder l'analyse de la concurrence, l'identification des destinations concurrentes existantes ou potentielles. Mais il ne s'agit pas d'une stratégie visant à imiter la concurrence ; au contraire, l'idée est de se démarquer de la concurrence en s'appuyant sur ce socle original, intrinsèquement attaché à la destination. L'objectif est donc de définir un positionnement qui joue opportunément sur les possibilités des marchés identifiés, aux différentes échelles spatiales.

Un développement touristique qui se veut durable ne peut pas reposer sur une monoclientèle, mais, au contraire, il doit jouer opportunément sur la combinaison de différent.e.s émetteur.rice.s. Ce fut là un des écueils qui a conduit à la crise du début des années 2000 : des destinations d'Outre-mer étaient lourdement dominées par le marché français.

Construction de la marque

À travers la création de la marque territoriale, l'objectif est triple : tout d'abord, il s'agit de **maîtriser les usages** qui sont faits de la destination, de son nom, de son histoire, de ses traditions et, partant, de son image. Ensuite cette démarche s'inscrit dans une volonté de **protéger l'identité du territoire** pour le bénéfice de ses habitant.e.s, de ses institutions et de ses visiteur.euse.s. Enfin, il s'agit de **servir les intérêts économiques de la destination** en bâtissant une stratégie autour de la marque, sa promotion et ses déclinaisons multiples (produits dérivés, franchises, licences).

La démarche permet de bâtir une stratégie autour de la marque, sa promotion et ses déclinaisons multiples (produits dérivés, franchises, licences). Pour asseoir la stratégie autour de la marque territoriale, il faut la maîtriser sur la durée et se laisser la possibilité de l'actualiser, voire de la réorienter. Il importe de démontrer, sur le plan du discours, des représentations et, surtout des actes, l'effectivité du positionnement qui la fonde.

Cette démarche permet de bâtir une stratégie marketing qui touche aussi bien à l'économie du nom (*namings*), qu'à l'identité visuelle de l'île (logotype) et à sa signature (*claim*) : ces composantes de la marque sont autant d'éléments de qualification du territoire, de vecteurs identitaires grâce auxquels la destination affirme sa singularité et construit son positionnement.

L'étude conduite par l'*Hawaiï Pacific University* a montré que **la Polynésie française** a une image très forte auprès des touristes : un paradis tropical préservé des méfaits du monde moderne et évoquant le repos, la relaxation et le bien-être¹⁴⁷. Cette étude a également identifié les écarts entre les idées préconçues au sujet de la destination et ce que la destination peut offrir en termes de produits et d'expériences. Combler ces écarts est essentiel pour assurer le développement du tourisme polynésien. En Polynésie française, la

¹⁴⁷ *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*, p. 12.

charte graphique « *Tahiti et ses îles* » est en cours de déploiement à l'international. Localement cette charte doit irriguer tou.te.s les acteur.rice.s et infrastructures touristiques, toutes les signalétiques avec l'objectif de fédérer les acteur.rice.s du tourisme et les polynésien.ne.s autour de leur image et de donner aux touristes l'image de professionnalisme et de cohérence.

La délégation à l'Outre-mer suggère comme piste d'action de faire émerger une marque de territoire dans chacun des territoires ultramarins pour assurer une vraie promotion touristique.

2. Le numérique au service de la promotion et des séjours touristiques

Comme le soulignait Étienne Coffin lors de son audition¹⁴⁸, lorsqu'on parle de développement durable avec des acteur.rice.s du tourisme, quel que soit le domaine, il.elle.s voient d'abord l'aspect « contraintes » sans envisager que les stratégies de tourisme durable peuvent être financièrement bénéfiques grâce à des innovations en termes par exemple de maîtrise de l'énergie, des déchets, d'économies d'eau, etc.

E-tourisme et m-tourisme dans les Outre-mer

Internet, fixe ou mobile, a généré de nouvelles manières d'intermédiaire, de présenter et de créer l'offre et la demande touristiques. Il a impulsé pour le secteur touristique :

- « un nouveau système d'information interactif, en temps réel, et multimédia » ;
- « un nouveau système de communication « réticulaire » grâce aux liens hypertexte, aux forums, aux réseaux sociaux, aux affiliations, aux partenariats » ;
- « un nouveau système de réservation en temps réel avec toutes les possibilités de recherche bien antérieure à la date de départ ou, au contraire, en dernière minute, pour des séjours touristiques thématiques, courts ou longs, marchands ou non, pour toutes les destinations et toutes les prestations¹⁴⁹ ».

Cette nouvelle situation représente pour les acteur.rice.s touristiques ultramarin.e.s des défis notamment en termes d'accès à Internet, si possible en haut débit, avec une large couverture de leur territoire, mais aussi d'indéniables opportunités pour renouveler, conforter et améliorer leur attractivité. Ainsi, en Polynésie française, l'utilisation d'Internet par les pensions de famille est aussi une condition clé de leur développement. La création d'une centrale de réservation est un levier fort pour améliorer leur taux de remplissage. Les contenus touristiques mis en ligne, leur disponibilité à tout moment, la recherche par mots clefs, pourraient concourir à la réalisation de plusieurs objectifs fondamentaux pour les Outre-mer :

¹⁴⁸ Entretien privé d'Étienne Coffin, président du Comité français pour le développement du tourisme durable, avec Mme Inès Bouchaut-Choisy, rapporteure de l'étude, le 13 avril 2016.

¹⁴⁹ Guy Raffour, expert e-tourisme, fondateur du Cabinet Raffour Interactif, spécialisé dans les études marketing dédiées au tourisme de loisirs et d'affaires, « Les enjeux du tourisme en ligne : la généralisation d'infomédiation expérimentielles entre l'offre et la demande touristiques », in *Cahiers français « L'industrie du tourisme »*, n° 393, juillet-août 2016, p. 28.

- « *désaisonnaliser une destination grâce à la permanence d'offres actualisées et segmentées* » qui peuvent être repérées par des e-touristes qui expriment leurs demandes de plus en plus précises et personnalisées sur les moteurs de recherche, les portails, les sites collaboratifs, les comparateurs, etc. Or l'allongement de la saison touristique est un défi que doivent relever les territoires ultramarins pour améliorer la rentabilité de ce secteur. Toutes leurs ressources touristiques (patrimoniales, naturelles, littéraires, historiques, festives, de terroir, événementielles) devraient être repérables tout au long de l'année ;
- « *mieux répartir les flux grâce à la mise en avant de niches, de spécificités, d'événements locaux* ». Pour les territoires ultramarins contraints par leur superficie, les difficultés de transport, etc., et soucieux de préserver leur environnement et de répondre aux attentes de leurs habitant.e.s, la maîtrise et l'étalement dans le temps des flux touristiques sont un enjeu important ;
- « *vendre avec de meilleures marges, car le produit est plus dédié et donc difficilement comparable en termes de prix*¹⁵⁰ ». La différenciation des produits touristiques ultramarins devrait permettre de mieux lutter contre la concurrence des pays et territoires du même bassin régional plus compétitifs notamment en termes de prix ;
- contribuer à abolir les distances et les décalages horaires. En effet l'e-touriste peut s'informer quand il.elle le souhaite directement sur le site Internet du.de la prestataire ultramarin.ne et correspondre par courriel. En contrepartie, il.elle s'attend à une forte réactivité des prestataires sollicité.e.s.

3. La formation aux métiers du tourisme

Les activités du tourisme durable sont créatrices d'emplois non dé-localisables dans les Outre-mer. Elles font de plus en plus appel à des personnels qualifiés sur des territoires où les taux de chômage sont élevés et où le niveau de formation est plus faible que dans l'hexagone. Des progrès en termes de qualification et donc de formation devraient être menés « tout au long de la vie » pour rendre le secteur du tourisme durable plus attractif pour les salarié.e.s y compris les jeunes et mieux répondre aux besoins des touristes. Il s'agit de renforcer la professionnalisation des prestataires d'activités touristiques et de les accompagner dans le temps pour compléter et mettre à jour les acquis. En Polynésie française, on a constaté que « *plusieurs pensions de familles interrogées ne possèdent aucune connaissance dans le calcul de prix du produit, une capacité limitée dans la gestion d'une petite entreprise et souffrent d'un manque de professionnalisme dans l'organisation de leur offre (hébergement, restauration et activités). Dans la grande majorité des cas, le propriétaire d'une pension de famille est le seul salarié de l'entreprise.*¹⁵¹ ». La professionnalisation du secteur du tourisme concernerait aussi bien la formation, la qualité des emplois, le déroulement des

¹⁵⁰ Guy Raffour, expert e-tourisme, fondateur du Cabinet Raffour Interactif, spécialisé dans les études marketing dédiées au tourisme de loisirs et d'affaires, « Les enjeux du tourisme en ligne : la généralisation d'infomédiation expérimentielles entre l'offre et la demande touristiques », in *Cahiers français* « L'industrie du tourisme », n° 393, juillet-août 2016, p. 29.

¹⁵¹ *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*, p. 25. De nombreuses préconisations sur la professionnalisation des acteurs de la filière touristique polynésienne sont décrites en pp. 72 et 73.

carrières, les conditions de travail, que la rémunération, etc. Elle devrait aussi contribuer à un meilleur accueil du/de la touriste, et faire en sorte que ce premier contact l'encourage à aller à la rencontre des populations ultramarines.

Le ministère des Outre-mer et le ministère de l'Éducation nationale pourraient accompagner les collectivités dans la mise en place à l'échelle de chaque territoire ou de chaque bassin territorial d'un centre de formation aux métiers du tourisme. Ces établissements pourraient, en un lieu unique, former à l'ensemble des corps de métiers dont a besoin l'industrie touristique. En effet, comme l'étude le décrit ci-dessous, les offres de formation aux métiers du tourisme sont particulièrement nombreuses, elles sont toutefois trop dispersées entre les AFPA, les GRETA, les lycées hôteliers, LADOM voire les universités...

L'objectif serait de permettre aux acteur.trice.s du tourisme de mieux identifier les métiers en fonction des besoins, de remettre de la cohérence dans les offres de formation, de disposer de personnels bien formé.e.s maîtrisant les langues étrangères. Il s'agit, alors, de mettre en place une structure de pilotage unique en charge du regroupement de toutes les formations aux métiers du tourisme via un co-pilotage avec les universités pour les formations en gestion, management et langues.

Renforcer l'offre de formation initiale, supérieure et continue en intégrant la dimension durable du tourisme dans tous les Outre-mer

Comme l'ont rappelé Mmes Brigitte Doriath et Brigitte Trocmé¹⁵² lors de leur audition, l'offre de certification et de diplômes pour les métiers du tourisme élargi à l'hôtellerie-restauration est construite au niveau national dans le cadre des commissions professionnelles consultatives. Ces commissions sont des instances paritaires organisées par grands secteurs professionnels dont l'une s'appelle en l'occurrence « **Tourisme- hôtellerie-restauration** ». Ces instances sont présidées en alternance par le collègue des employeur.euse.s et celui des salarié.e.s de la ou des branches correspondantes. Elles examinent les dossiers d'opportunité de création ou de rénovation d'une certification ou d'un diplôme. Il s'agit notamment de définir les compétences utiles, les connaissances associées, la manière de les acquérir et de les certifier. Les diplômes dans le domaine du tourisme vont du CAP au BTS et concernent également l'enseignement supérieur (brevet de technicien supérieur, licence, licence professionnelle, master, etc.). Il existe ainsi plusieurs CAP de « services hôteliers » (cuisinier.ère, serveur.euse, ...), deux baccalauréats professionnels, l'un « cuisine » et l'autre « commercialisation et services en restauration », un BTS « hôtellerie-restauration » avec options et un BTS « tourisme ». Le tourisme hors hôtellerie-restauration est tourné vers la conception de prestation, la vente, le travail dans des structures touristiques comme celles des collectivités territoriales par exemple. La caractéristique de ces diplômes de l'Éducation nationale réside dans le fait que par définition, ils doivent pouvoir être préparés par toutes les voies en termes de formation, c'est-à-dire les deux voies de la formation initiale (voie scolaire et voie de l'apprentissage), la formation continue et la validation des acquis de l'expérience.

¹⁵² Entretien de Mmes Brigitte Doriath et Brigitte Trocmé de la Direction générale de l'enseignement scolaire avec la Rapporteuse, le 11 avril 2016.

Plus les diplômes des métiers du tourisme ont été rénovés récemment, plus ils intègrent les problématiques du développement durable. Ainsi les diplômes de l'hôtellerie-restauration relatifs à la cuisine doivent intégrer dorénavant les questions des circuits d'approvisionnement, de la saisonnalité, de l'utilisation et de la valorisation des ressources locales mais aussi de la gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, etc. Ces questions se posent avec une acuité particulière dans les Outre-mer où tant de produits agroalimentaires sont importés le plus souvent de très loin alors que certains pourraient être produits sur place ou dans des pays voisins. La valorisation des ressources locales ultramarines pourrait aussi contribuer à la fois à structurer des filières de production et de transformation locales tout en proposant aux touristes une offre de restauration spécifique à chaque territoire. De même, une meilleure gestion des déchets, de l'eau et de l'énergie peut améliorer la rentabilité des activités touristiques et contribuer à un meilleur traitement de ces sujets dans les Outre-mer. La rénovation du BTS « tourisme » a notamment permis de prendre en compte les questions de bilan carbone, d'éthique, de valorisation du territoire, etc. Cette compétence de valorisation du territoire qui repose sur les dimensions géographique et culturelle est particulièrement importante pour les Outre-mer. Si l'on prend l'exemple des « îles », vendre la destination « île » ne doit pas se résumer à vendre l'île sous sa forme symbolique « soleil, sable fin, mer » en passant à côté du territoire. Il faut donner du contenu pédagogique à la notion de territoire. La formation complémentaire d'initiative locale (FCIL) permet à des jeunes diplômé.e.s de compléter leur formation initiale par une formation correspondant aux caractéristiques du marché local de l'emploi. Cette formation pourrait aussi être explorée dans certains territoires ultramarins pour mettre en valeur des savoirs qui leur seraient spécifiques (biodiversité, gastronomie, etc.).

Le tissu économique de la plupart des territoires ultramarins comprend de très petites entreprises (TPE) y compris dans le secteur du tourisme. Elles ne sont pas nécessairement outillées pour accueillir en alternance un.e jeune. Dans ses rapport et avis *L'insertion professionnelle et sociale des jeunes ultramarins*¹⁵³, le CESE recommande « de développer l'information sur l'apprentissage ; de mettre en œuvre des modalités de préapprentissage pour permettre à la fois une mise à niveau scolaire et une socialisation en vue d'une bonne intégration à la vie de l'entreprise ; d'ouvrir de nouvelles sections d'apprentissage tenant compte des besoins du marché de l'emploi et des perspectives de création d'emploi ; d'aider les jeunes apprentis pour l'obtention du permis de conduire ainsi que pour l'acquisition de matériels professionnels ; d'inciter les établissements publics à embaucher des jeunes en contrat d'apprentissage ; d'accompagner les très petites entreprises (TPE) dans cette démarche tout en mettant en débat une aide significative à l'apprentissage pour favoriser un véritable tutorat et de mutualiser les moyens pour offrir un hébergement accessible aux apprentis ». L'ensemble de ces mesures devraient être appliquées en priorité au secteur du tourisme.

¹⁵³ Eustase Janky, *L'insertion professionnelle et sociale des jeunes ultramarins*, rapport et avis du CESE n° 2015-05, Les éditions des Journaux officiels, février 2015, p. 46.

Lors de son audition¹⁵⁴, M. Franck Jarno a rappelé que pour l'enseignement supérieur, ce sont les établissements qui définissent la carte des formations en lien avec les acteurs locaux, notamment pour veiller à l'adéquation de cette carte avec les besoins du territoire. Les représentants des milieux professionnels sont présents au sein des établissements à travers les conseils de perfectionnement. Cette carte de formations est soumise à l'accréditation du ministère. Le pilotage est donc au niveau territorial. La délégation à l'Outre-mer du CESE déplore néanmoins, aussi bien pour l'enseignement initial que supérieur, que la collecte des cartes de formations des différents territoires relatives aux métiers du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration ne soit pas faite au moins à titre informatif par la DGESCO et la DGESIP.

M. Franck Jarno a également souligné qu'à la différence des BTS, il n'y a pas de formation spécifique aux métiers du tourisme parmi les diplômes universitaires de technologie (DUT), proposés par les Instituts universitaires de technologie¹⁵⁵ (IUT). Des DUT peuvent cependant présenter une orientation en gestion touristique. C'est le cas, par exemple, des départements « Techniques de commercialisation » de Nice et de Colmar. Mais le département « Techniques de commercialisation » de Guyane n'a pas cette option. En ce qui concerne les licences générales, il n'existe pas de mention « tourisme ». Les 45 mentions générales se déclinent sous des appellations du type « langues appliquées », « économie et gestion », « gestion des entreprises ». En revanche, certaines licences professionnelles ont une orientation spécifique : « Métiers des arts culinaires et des arts de la table », « Métiers du tourisme et des loisirs », « Hôtellerie et tourisme avec la spécialité *organisation et gestion des établissements hôteliers et de restauration* », « Hôtellerie et tourisme avec la spécialité *gestion des entreprises touristiques* », « Développement et protection du patrimoine culturel avec la spécialité *guide conférencier* », etc.

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action que les formations aux métiers du tourisme dans les Outre-mer mettent particulièrement l'accent sur les questions liées au développement durable comme celles relatives aux circuits d'approvisionnement de proximité, à la gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, etc.

Dans les Outre-mer, l'offre de formation initiale dans le domaine des métiers du tourisme existe de manière inégale. Elle est construite au niveau de chaque territoire ultramarin. Elle serait plus importante dans le domaine de l'hôtellerie-restauration que dans le domaine du tourisme lui-même, accessible essentiellement par la voie scolaire et peu par l'apprentissage. La difficulté à recourir à l'apprentissage dans les Outre-mer est connue et pénalise les jeunes ultramarins qui souhaiteraient se former aux métiers du tourisme par cette voie. C'est d'autant plus dommageable pour des diplômes comme le brevet professionnel¹⁵⁶ (BP) qui ne peut être préparé que par les voies de l'apprentissage ou de la formation continue.

¹⁵⁴ Entretien privé de Franck Jarno, sous-directeur des formations et de l'insertion professionnelle à la Direction générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle (DGESIP), accompagnée de Christine Bruniaux, cheffe du département du line formation-emploi avec la rapporteure de l'étude Mme Bouchaut-Choisy, le 25 avril 2016.

¹⁵⁵ Selon l'annuaire des IUT, ces derniers ne sont présents qu'en Guyane et à La Réunion (site Internet IUT).

¹⁵⁶ Le brevet professionnel est un diplôme national qui atteste l'acquisition d'une haute qualification dans l'exercice d'une activité professionnelle définie. C'est un diplôme de promotion sociale.

Il n'est pas possible de connaître la carte des formations aux métiers du tourisme pour les Outre-mer en interrogeant le ministère en charge de l'Éducation nationale sauf à questionner chaque rectorat pour l'obtenir. Ce manque de connaissance ne permet donc pas de repérer facilement les besoins et d'évaluer les formations dispensées.

Certains établissements d'enseignement ultramarins se distinguent par la qualité de leur offre. C'est en particulier le cas des établissements ayant obtenus le label « **lycée des métiers** ». Ce label est délivré par le recteur d'académie à un établissement d'enseignement professionnel ou polyvalent ayant mis en place une organisation répondant à un cahier des charges académique. Il a pour objectif de rendre visible l'offre de formation professionnelle pour les usagers et les partenaires de l'école. Il valorise une dynamique déployée par l'établissement grâce à un partenariat actif avec le milieu économique et les collectivités territoriales. Ce label constitue un indicateur d'excellence pour les voies technologique et professionnelle. On peut citer¹⁵⁷ le lycée du Gosier, lycée des métiers de l'hôtellerie et du tourisme Archipel **Guadeloupe**, le lycée polyvalent Melkior Garre, lycée des métiers de l'hôtellerie et de la restauration en **Guyane**, le lycée professionnel Raymond Nérès, lycée des métiers du nautisme et des activités de port en **Martinique**, le lycée professionnel de Kaweni, lycée des métiers du goût et des saveurs à **Mayotte**, le lycée « La Renaissance » des métiers de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation à **La Réunion**. Nicolas Vion, Conseiller du CESER de Guadeloupe, lors de son audition¹⁵⁸ a suggéré qu'une grande école de tourisme au rayonnement international et de niveau « master » soit créée afin de former notamment aux fonctions managériales. La création d'un établissement de ce type pourrait être envisagée dans chaque bassin régional des Outre-mer en lien étroit avec les établissements existants et les attentes des professionnels du secteur.

Les **Campus des métiers** regroupent des établissements d'enseignement secondaire et d'enseignement supérieur, de formation initiale ou continue. Ils sont construits autour d'un secteur d'activité d'excellence correspondant à un enjeu économique national ou régional soutenu par la collectivité et les entreprises. En février 2017, 26 nouveaux Campus ont été labellisés, s'ajoutant aux 51 déjà existants. Le territoire national compte désormais 77 Campus des métiers et des qualifications dans des champs d'activités très divers¹⁵⁹ dont le « tourisme, l'hôtellerie et la restauration ». Les Campus des métiers et des qualifications contribuent à soutenir, par la formation, les politiques territoriales de développement économique et social. Il existe 11 Campus des métiers et des qualifications spécialisés dans les domaines du tourisme, du bien-être et de la gastronomie dont 1 en Guadeloupe. Le campus des métiers et des qualifications du tourisme intégré et de la valorisation de

¹⁵⁷ Liste mise à jour le 24 mars 2017 sur le site Internet Eduscol.

¹⁵⁸ Audition sous la forme de table ronde, le 22 mars 2016 au CESE, de MM. Michel Crispin, Président du CESER de la Martinique, Philippe Doki-Thonon, Vice-président du CESER de La Réunion, Mme Ariane Fleurival, Présidente du CESER de Guyane, MM. Georges Gumbs, Président du CESC de Saint-Martin, Winiki Sage, Président du CESC de Polynésie française, Téarii Alpha, Ministre du Logement dans le Gouvernement de Polynésie française, Abdou Subra, représentant du Président du CESE de Mayotte et Nicolas Vion, Conseiller du CESER de Guadeloupe.

¹⁵⁹ Site Internet www.education.gouv.fr consulté le 13 avril 2017.

la Guadeloupe, TI-VAG ou PETITE VAGUE forme « *un réseau d'établissements¹⁶⁰ susceptibles d'anticiper et d'accompagner les mutations et le développement des compétences et de l'emploi dans le secteur du tourisme, en prenant en compte les besoins spécifiques du territoire* » et vise à « *accompagner les élèves et les étudiants jusqu'à leur insertion professionnelle.*¹⁶¹ »

La formation continue aux métiers du tourisme peut être mise en œuvre dans les Outre-mer notamment par les Groupements d'établissements pour la formation continue (GRETA). Ce sont des structures de l'éducation nationale qui organisent des formations pour adultes dans la plupart des métiers. On peut aussi bien y préparer un diplôme du CAP au BTS que suivre un simple module de formation. Pour les autres niveaux de formation, ce sont les services de formation continue des universités ou du Conservatoire national des arts et métiers (CNAM) qui sont compétents. En **Guadeloupe**, en **Martinique**, en **Guyane**, à **La Réunion**, les GRETA proposent un certain nombre d'offres diplômantes. Les formations ciblent des CAP « services hôteliers », le BTS « tourisme », le CAP « pâtisserie », le CAP « cuisine » mais aussi des diplômes qui ne sont pas des diplômes de l'Éducation nationale mais ceux des Chambres des métiers comme le Brevet technique des métiers « pâtissier.ère », « confiseur.euse », « glacier.ère », « traiteur.euse ». On retrouve également les GRETA sur des formations de titres professionnels du ministère de l'emploi que l'on appelle parfois les titres AFPA qui sont en fait des titres du ministère du travail comme « l'animateur.rice de tourisme local », « l'employé.e d'étage », « le.la réceptionniste en hôtellerie », « le.la responsable d'établissement touristique ». En ce qui concerne l'apprentissage des langues étrangères, savoir indispensable dans le domaine du tourisme, le diplôme de compétence en langue (DCL) est un diplôme national professionnel créé spécialement pour les adultes. Il répond aux besoins du monde économique. Son originalité : évaluer les compétences langagières dans une situation proche de la réalité de travail. En fonction de leur performance, les candidat.e.s obtiennent le diplôme avec la mention d'un des niveaux du Cadre européen commun de référence pour les langues (CECRL). Il permet aux entreprises de s'assurer de la compétence en langue de leurs collaborateur.trice.s au-delà de la formule « lu, écrit, parlé ». Les GRETA ultramarins pourraient être mobilisés sur ce type de formation en les adaptant au monde professionnel du tourisme durable. Il existe par ailleurs des formations non certifiantes, montées par les GRETA : formations en « cuisine traditionnelle régionale » ou en « sommellerie ». Dans les Outre-mer, les formations en « cuisine traditionnelle » pourraient participer de la mise en valeur du patrimoine gastronomique et répondre aux attentes des touristes qui souhaitent goûter aux spécialités locales. De même, on pourrait imaginer des formations en « rhumerie » afin de faire tester aux touristes les différents types de rhum et leur expliquer leur fabrication, leur histoire, etc.

¹⁶⁰ Les membres du réseau sont les partenaires territoriaux (région Guadeloupe, comité du tourisme des îles de la Guadeloupe, la communauté d'agglomération La Rivière du Levant), des lycées (lycée des métiers de l'hôtellerie et du tourisme, lycée professionnel Arron, lycée Hyacinthe Bastaraud), des centres de formations d'apprenti.e.s (CFAFPAG, centre Kalamus spécialisé animation et tourisme), l'université des Antilles, le laboratoire de recherche LEAD, des entreprises (Aéroport pôle Caraïbes, hôtels Karibea, Maison Créole, KPMG), des organisations professionnelles (CTIG, Medef Guadeloupe, Groupement des hôtelier.ère.s et du tourisme de Guadeloupe).

¹⁶¹ Fiche de présentation du Campus des métiers et des qualifications du tourisme intégré et de la valorisation de la Guadeloupe, TI-VAG ou PETITE VAGUE.

Des ultramarin.e.s travaillent dans le secteur du tourisme, ont acquis une expérience professionnelle, mais ne possèdent pas de certification de leurs compétences et connaissances. La validation des acquis de l'expérience (VAE) peut être une voie pour obtenir cette certification. Dans les rectorats, les délégations académiques à la validation des acquis sont la porte d'entrée à la VAE. Elles permettent à la fois d'établir le dossier mais également de faire une offre d'accompagnement car l'accès à la VAE, qui se fait sous forme de dossier parfois difficile à remplir, est compliquée notamment pour les premiers niveaux de qualification. Des dispositifs mixant VAE et formation sont à imaginer dans les Outre-mer pour favoriser la qualification des personnes travaillant dans le secteur du tourisme.

En matière de formation aux métiers du tourisme, la délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action qu'une attention particulière soit portée aux jeunes notamment décrocheur.euse.s et aux publics peu qualifiés par la conception de dispositifs adaptés, afin de les faire accéder à la qualification et contribuer ainsi à la qualité de l'offre dans le secteur ultramarin du tourisme.

Favoriser l'offre de formation initiale, supérieure et continue aux métiers du tourisme en mobilité

Comme le rappelait Philippe Barjau lors de son audition¹⁶², L'Agence de l'Outre-mer pour la mobilité (LADOM) s'est vu confier, outre la formation professionnelle en mobilité (passeport-mobilité formation professionnelle [PMFP]), la prise en charge des billets d'avion pour les étudiant.e.s dont la filière est saturée ou inexistante sur place (Passeport mobilité études [PME]) et la délivrance de bons de réduction sur les billets d'avion (l'aide à la continuité territoriale [ACT]). Toutefois, le cœur de métier de L'Agence est la formation professionnelle en mobilité. En effet, LADOM a pour mission première de favoriser l'accès à la qualification et à l'emploi des ressortissant.e.s d'Outre-mer. À ce titre, L'Agence facilite, organise, accompagne des projets de formation qualifiante en mobilité. Elle prend également en charge des déplacements pour l'accomplissement de stages pratiques en entreprise ou pour passer des oraux d'examens et de concours dans l'hexagone.

Elle a son siège à Paris et s'appuie sur un réseau interactif de 14 délégations régionales : 5 délégations dans les départements d'Outre-mer qui mobilisent, conseillent, orientent les candidat.e.s, puis mettent en œuvre le parcours en mobilité et 8 délégations dans l'hexagone qui prennent le relais, accueillent, guident et accompagnent tout au long de leur parcours les candidat.e.s. Il n'existe pas de délégation dans les **collectivités d'Outre-mer** et en **Nouvelle-Calédonie**. Chaque délégation ultramarine développe son propre réseau régional auprès des collectivités, des institutions, du Service public de l'emploi (SPE), des organismes de formation, des Organismes paritaires collecteurs agréés (OPCA), d'entreprises et impulse la stratégie mise en place par L'Agence. Elle a vocation à être partie prenante de la politique locale d'emploi-formation et vient compléter l'offre régionale en matière de formation et de parcours de qualification. Elle agit en complémentarité et éventuellement en subsidiarité en cas de saturation des formations locales.

¹⁶² Entretien privé de M. Philippe Barjau de L'Agence de l'Outre-mer pour la mobilité avec la rapporteure, le 12 avril 2016.

Selon Philippe Barjau, environ 5 000 ultramarin.e.s participeraient par an à des actions de qualification par mobilité professionnelle. « En 2015, 45 % des publics qui entrent en session de mobilité visent un niveau V c'est-à-dire un CAP ou un BEP (...), 19 % visent un niveau IV, 23 % un niveau III et les autres un niveau II et I ». Parmi les 5 000 participant.e.s, en moyenne sur les trois dernières années, les formations aux métiers de l'hôtellerie-restauration représenteraient 400 personnes par an qui se répartiraient aux 2/3 sur la partie tourisme-restauration et pour 1/3 sur la production culinaire dans les métiers de bouche. Les formations de niveau V regrouperaient 44 % de l'ensemble de ces formations, 14 % pour le niveau IV, 30 % pour le niveau III et le reste pour les niveaux I et II. Les 1 250 ultramarin.e.s formé.e.s aux métiers de l'hôtellerie-restauration sur les trois dernières années viendraient pour moitié de **La Réunion**, puis de la **Martinique** (près de 300 personnes), suivie de la **Guadeloupe** (avec un peu moins de 200 personnes), de **Mayotte** (95 personnes), la **Guyane** (90 personnes), **Wallis-et-Futuna** (9 personnes) et la **Nouvelle-Calédonie** (8 personnes). Les résultats sont très bons en matière de validation (près de 80 %), d'intégration professionnelle (65 % des diplômé.e.s déclaraient un emploi dans les 6 mois suivant la fin de leur formation), mais le taux de retour constaté n'est pas très élevé (il n'est que de 38 % sur la dernière cohorte). Trop souvent les jeunes partent en formation en métropole sans perspectives de retour. D'où l'intérêt, par exemple, de mettre en place avec les collectivités d'Outre-mer, un comité de parrainage qui suivrait le projet professionnel du/de la candidat.e dès le début et en vue de faciliter son retour et son insertion professionnelle.

La délégation à l'Outre-mer suggère comme piste d'action que LADOM en lien avec Pôle emploi assure davantage aux jeunes ultramarin.e.s qui partent en formation professionnelle pour obtenir une certification ou un diplôme relatif aux métiers du tourisme, une meilleure visibilité des offres d'emploi correspondantes dans les Outre-mer pendant la formation en mobilité.

Sur la cohorte d'ultramarin.e.s parti.e.s en mobilité pour une formation dans les métiers du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration et étudiée par LADOM, le taux de retour des ultramarin.e.s vers leur territoire après leur formation n'est pas très élevé. Il est de l'ordre de 38 % en moyenne et ne varie pas de façon importante selon le territoire ultramarin analysé. Les ultramarin.e.s qui se qualifient dans les métiers du tourisme trouvent donc bien souvent un débouché professionnel et n'ont pas forcément l'intention immédiate de repartir vers leur territoire d'origine parce que les conditions qui leur sont proposées dans le cadre de la sortie de formation leur apparaissent meilleures que de prendre le risque d'un retour avec quelques fois des conditions de contrats de travail qui leur semblent fragiles. L'objectif de bien former les ultramarin.e.s et de les insérer sur le marché du travail est indéniablement atteint. Par contre, celui de créer un cercle « vertueux » consistant à former en dehors du territoire puis de bénéficier localement des compétences et connaissances acquises afin de dynamiser le développement local, resterait à améliorer. Afin notamment d'améliorer la visibilité des offres d'emploi dans les Outre-mer auprès des jeunes ultramarin.e.s se formant dans l'hexagone, une convention signée par les directeur.ice.s généraux.ales de Pôle emploi et de LADOM a mis en place un outil dédié qui permet à LADOM de présenter aux ultramarin.e.s concerné.e.s, un mois avant la fin de leur formation, les offres identifiées dans les OM afin de les inciter à se positionner pour un retour.

La délégation à l’Outre-mer du CESE suggère comme piste d’action d’améliorer l’information des ultramarin.e.s formé.e.s dans l’hexagone aux métiers du tourisme, de l’hôtellerie et la restauration sur les offres d’emploi de ce secteur disponibles dans leur territoire afin de faciliter leur retour et de les accompagner dans leurs démarches, notamment s’il.elle.s souhaitent créer leur entreprise. Pôle emploi et L’Agence de l’Outre-mer pour la mobilité doivent contribuer à l’objectif de favoriser l’insertion professionnelle des jeunes ultramarin.e.s formé.e.s dans l’hexagone, dans leur territoire d’origine.

Dans le cadre de son activité principale, LADOM met en œuvre des programmes de formation qualifiante en mobilité, qui offrent aux participant.e.s l’opportunité d’acquérir un diplôme ou une certification professionnelle reconnue. L’objectif est d’accroître le niveau de qualification pour développer l’employabilité et répondre aux critères de compétences demandés par les entreprises, en premier lieu celles des collectivités d’outre-mer. Au cours de son audition, Philippe Barjau a indiqué que « *LADOM avait pris l’initiative d’inscrire dans le cahier des charges de son marché des formations l’obligation pour tous les prestataires d’offrir des formations qui intègrent la dimension du développement durable y compris dans le contenu pédagogique* ». Cette obligation est valable pour des secteurs aussi divers que le bâtiment, l’industrie et bien évidemment le tourisme, l’hôtellerie et la restauration avec des préoccupations plus spécifiques sur la préservation de l’environnement, le traitement des déchets, etc. Certaines collectivités ultramarines comme **La Réunion** ou la **Guyane** ont demandé à LADOM de développer des formations liées au tourisme vert, de randonnée, de rencontres avec les populations locales.

La délégation à l’Outre-mer du CESE suggère comme piste d’action que toutes les collectivités territoriales ultramarines intègrent la dimension durable dans leur action de formations propre ou déléguée en faveur des métiers du tourisme, de l’hôtellerie ou de la restauration.

Sensibiliser les jeunes ultramarin.e.s aux métiers du tourisme

Inscrit dans la loi d’orientation et de programmation pour la refondation de l’école de la République du 8 juillet 2013, le parcours individuel, d’information, d’orientation et de découverte du monde économique et professionnel est appelé « **parcours Avenir** ». Ce parcours doit permettre aux élèves de la sixième à la terminale de construire progressivement, tout au long de leurs études secondaires, une véritable compétence à s’orienter. Pour ce faire, les élèves sont amené.e.s à comprendre le monde économique et professionnel, à connaître la diversité des métiers et des formations, à développer leur sens de l’engagement et de l’initiative et à élaborer leur projet d’orientation scolaire et professionnel. Chaque élève, quelle que soit sa formation en voie générale, technologique ou professionnelle peut en bénéficier.

Pour rapprocher l’école du monde professionnel et favoriser ainsi l’insertion sociale et professionnelle des jeunes, des partenariats ont été formalisés au niveau national par des **accords-cadres** et **des conventions de coopération** signés par des acteur.rice.s du monde économique et le ministère en charge de l’Éducation nationale et/ou de l’enseignement supérieur. Ces partenariats se traduisent par de nombreuses actions en direction des jeunes,

des enseignant.e.s et des adultes en formation continue dans des domaines aussi divers que l'information sur les métiers et les formations, l'aide à l'orientation dans le cadre du « **parcours Avenir** » ; la qualité des formations ; les stages en entreprise pour les élèves¹⁶³ ; les stages en entreprise pour les équipes éducatives ; la création d'outils pédagogiques et enfin l'étude des certifications et des métiers, l'élaboration des diplômes professionnels. De nombreuses organisations¹⁶⁴ représentatives du tourisme ont signé des accords-cadres ou des conventions de coopération. Toute la difficulté est de savoir si ces accords-cadres ou convention de coopération avec des professionnel.le.s du tourisme ont donné lieu à des déclinaisons dans chacun des Outre-mer et si les outils définis ont été mis en œuvre dans ces territoires. Ainsi un accord-cadre de coopération a été signé, le 13 mars 2012, entre des représentant.e.s des professions de l'hôtellerie et de la restauration (CPIH, FAGIHT, GNC, SNARR, SNELAC, SNRPO, SNRTC, SYNHORCAT, UMIH, SNRC) et le ministre de l'Éducation nationale, de la jeunesse et de la vie associative. L'article 3 de cet accord prévoit notamment aux niveaux académique et des établissements plusieurs actions et mesures afin d'informer les jeunes sur les métiers de l'hôtellerie et de la restauration et de favoriser leur orientation. La structuration des branches dans les Outre-mer est particulièrement difficile et les très petites entreprises sans salarié.e sont largement majoritaires. Dans ce contexte, la mise en œuvre localement des actions et mesures prévues dans les accords-cadres et les conventions de coopération relevant du secteur touristique peut être plus compliquée.

Dans chaque académie, des « **correspondant.e.s éducation-économie** » (CEE) sont les interlocuteur.rice.s privilégié.e.s des professionnel.le.s qui ont envie de s'engager et d'avoir des liens plus proches avec les établissements de formation. Ces CEE jouent le rôle d'interface entre le monde professionnel et le monde de l'éducation qui peuvent paraître compliqués à comprendre. Dans les Outre-mer, ces CEE pourraient porter une attention particulière aux professionnel.le.s du tourisme étant donné l'importance stratégique que devrait tenir ce secteur économique dans le développement des économies ultramarines.

C - La nécessaire implication des populations

1. L'économie touristique « collaborative » dans les Outre-mer

De nouveaux pans entiers d'activité sont désormais saisis par l'économie « collaborative » qui bouleverse les modèles classiques, les particulier.ère.s devenant acteur.rice.s de l'offre, que ce soit dans le transport covoituré, l'hébergement, etc. Ces bouleversements ont atteint les Outre-mer en particulier dans le secteur de l'hébergement touristique. L'amenuisement des frontières entre professionnel.le.s et particulier.ère.s dans les secteurs d'activité nécessitera des réglementations afin de garantir un équilibre entre professionnel.

¹⁶³ Séquences d'observation en milieu professionnel pour les élèves de 3^e, périodes de formation en milieu professionnel pour les élèves de la voie professionnelle.

¹⁶⁴ L'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH), le Syndicat national des hôteliers restaurateurs cafetiers traiteurs (SYNHORCAT), le Syndicat national des espaces de loisirs, d'attraction et culturels (SNELAC), l'Institut français du tourisme (IFT), le Groupement national des chaînes hôtelières (GNC), la Fédération autonome générale de l'industrie hôtelière touristique (FAGIHT), la Confédération des professionnels indépendants de l'hôtellerie (CPIH).

le.s – soumis.se aux charges, obligations réglementaires, fiscalité...- et particulier.ère.s pour qui un statut fiscal et juridique devrait être mis en place.

Promouvoir les ingénieries vertes, innovantes, écologiques à tous les stades de la production touristique

Lors de son audition, M. Philippe Maud'hui¹⁶⁵ a rappelé l'importance des processus d'innovation dans le secteur du tourisme ultramarin en particulier pour en améliorer la rentabilité. Ainsi, s'il existe des surcoûts dans l'activité touristique hôtelière dans les Outre-mer, certaines entreprises réussissent à la juguler et à être performantes. Atout France en liaison avec le ministère des Outre-mer et les acteur.rice.s concerné.e.s, essaie de comprendre comment ces entreprises atteignent ces performances, de décrypter les bonnes pratiques et de les diffuser. Peu d'entreprises d'hébergement se sont fortement impliquées dans « l'iso management ». Or les entreprises qui ont de bonnes performances ont souvent mis en place cet élément qui renvoie à des processus de mobilisation collective de leurs équipes. L'amélioration des performances peut également passer par l'optimisation du pilotage des coûts. L'idée est de toujours transformer une contrainte en avantage. Deux postes de dépenses sont particulièrement visés : les coûts liés à l'énergie et à l'eau. Des investissements peuvent permettre de limiter le coût de l'énergie en traitant différemment les questions de climatisation.

Lors de son audition, Étienne Coffin¹⁶⁶ a également souligné l'absence de l'innovation dans le secteur du tourisme alors qu'elle est bien plus présente dans le secteur industriel. Dans le secteur de l'hôtellerie, la blanchisserie représente un des postes de dépenses les plus importants. « Or blanchisserie et développement durable ne font pas très bon ménage ». Certes des hôtels sensibilisent leurs client.e.s en leur offrant la possibilité de conserver plus longtemps la même serviette de bain et/ou de dormir dans les mêmes draps. Ces démarches visent à changer les comportements. D'autres voies ont été explorées : faire évoluer les mentalités en remplaçant les serviettes et les draps blancs par d'autres couleurs moins salissantes, produire des tissus plus légers en utilisant des techniques de tissages innovantes, etc. L'ensemble de ces démarches aboutissent à baisser les coûts financiers et préserver l'environnement en utilisant moins d'eau, moins d'énergie, de détergents, etc. Leur réussite suppose à la fois la formation et l'information des chef.fe.s d'entreprises et de leurs salarié.e.s

2. Sensibiliser et impliquer les populations des territoires ultramarins

Le tourisme dans les Outre-mer ne peut être durable et se développer que s'il emporte l'adhésion et la participation des populations de ces territoires. En effet, s'il est plus respectueux de l'environnement, mais aussi des cultures locales, moins invasif en termes de nombre de touristes et pourvoyeur d'emplois et d'activités, il devrait être mieux accepté par

¹⁶⁵ Audition de M. Philippe Maud'hui, Directeur de l'ingénierie et du développement des territoires d'Atout France, accompagné de Mme Marie-Laure Desmet, Sous-directrice des territoires et filières au sein de la Direction de l'ingénierie et du développement des territoires, devant les membres de la délégation à l'Outre-mer du CESE, le 10 mai 2016.

¹⁶⁶ Entretien privé d'Étienne Coffin, président du Comité français pour le développement du tourisme durable, avec Mme Inès Bouchaut-Choisy, rapporteure de l'étude, le 13 avril 2016.

les habitant.e.s et favoriser une meilleure cohabitation entre des personnes qui vivent toute l'année sur un territoire et des touristes qui n'y passent que quelques jours. La mobilisation du secteur associatif devrait contribuer à sensibiliser l'ensemble de la population aux enjeux du tourisme durable. L'organisation d'événements comme les Assises du tourisme sont à même de faire connaître les enjeux économiques, sociaux, culturels, environnementaux liés au développement du tourisme durable.

Faire bénéficier les habitant.e.s des activités et structures du tourisme durable

L'implication des ultramarin.e.s en faveur du tourisme durable sera d'autant plus forte s'il.elle.s peuvent également bénéficier en tant qu'habitant.e.s ou touristes des activités, des dispositifs et/ou infrastructures en faveur du tourisme durable. Permettre aux ultramarin.e.s d'être touristes de leur propre territoire ou d'autres territoires ultramarins, c'est aussi contribuer à la diffusion d'une culture d'ouverture aux touristes en démontrant qu'il.elle.s peuvent bénéficier aussi bien des retombées économiques du secteur que des activités mises en place. Le tourisme domestique des ultramarin.e.s dans leur territoire devrait être soutenu, car une partie importante d'entre eux.elles ne partent pas en vacances.

Selon la définition des vacances retenue (CREDOC, BVA, enquêtes TNS-Sofres pour l'administration du tourisme), entre 35 et 46 % des Français.e.s ne partent pas ou plus en vacances. Aucune statistique n'est disponible sur ce sujet pour les Outre-mer. Pourtant les vacances constituent un droit reconnu par la loi¹⁶⁷ en France, et un élément des droits sociaux progressivement reconnus par la communauté internationale.

Il existe donc une marge de progression pour l'accroissement dans les Outre-mer du nombre de touristes résident.e.s. Or, faire progresser la part des résident.e.s, et en particulier des résident.e.s ultramarin.e.s, qui font du tourisme et partent en vacances importe sur le plan économique, mais aussi en raison des bénéfices en termes de bien-être et de cohésion sociale. Les vacances contribuent au resserrement des liens familiaux, au renforcement du lien social, à la détente, à la prise de recul par rapport au quotidien, à la reconquête de l'estime de soi et au sentiment de « normalité » sociale. L'acquisition de capacités sociales (mobilité, autonomie) et de connaissances (culture, activités, lieux) s'ajoute à la restauration de la santé physiologique et psychique (redynamisation, remobilisation des énergies).

« Les territoires ultramarins, avec une population et un pouvoir d'achat supérieurs à la moyenne régionale, disposent par ailleurs avec le tourisme domestique d'un autre vecteur de croissance qui pourrait être développé sur certains territoires.¹⁶⁸ »

Il faut interroger les pratiques des ultramarin.e.s en termes de tourisme et de loisirs. Il faut par exemple interroger le lien avec la mer et les activités nautiques. En effet, comment concilier le développement d'activités nautiques touristiques si les territoires concernés ne promeuvent pas la mer auprès des habitant.e.s et surtout des enfants (cours de natation, cours de surf, etc.) ?

¹⁶⁷ Alinéa 11 du Préambule de la Constitution de 1946 ; article 140 de la loi d'orientation relative à la lutte contre les exclusions (1998) : « L'égal accès de tous, tout au long de la vie, à la culture, à la pratique sportive, aux vacances et aux loisirs constitue un objectif national. Il permet de garantir l'exercice effectif de la citoyenneté ».

¹⁶⁸ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapports du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, novembre 2014, p. 20.

« Pour le CESE, cela nécessite une mobilisation large et concertée des pouvoirs publics, des collectivités territoriales, des organismes sociaux, des comités d'entreprises, des structures du Tourisme social et solidaire, ainsi que des associations familiales, entre autres, afin de remédier à la faible lisibilité des aides, aux freins culturels et aux problèmes de mobilité.¹⁶⁹ »

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action de favoriser le tourisme des ultramarin.e.s dans leur territoire.

Favoriser les relations entre les touristes et les populations locales

Le tourisme dans les Outre-mer sera durable s'il favorise les relations entre les touristes et les populations locales. Or d'un point de vue social, la faible insertion des communautés locales et la contribution limitée du tourisme à l'amélioration des conditions de vie de la population ressortent du diagnostic de certains territoires ultramarins comme la **Polynésie française**. L'offre d'hébergement peut contribuer à créer et multiplier les contacts. Ainsi Mme Mélinda Bodin, lors de son audition, a rappelé « *qu'ancrés dans toute l'authenticité du tissu polynésien, les hôtels de famille sont implantés dans des sites souvent inaccessibles à l'hôtellerie internationale et permettent une vraie rencontre avec les polynésiens et leurs traditions.*¹⁷⁰ »

Sensibiliser et associer les populations locales à la définition de la stratégie touristique

Le tourisme dans les Outre-mer sera durable si les populations locales prennent conscience de ses enjeux et de ses effets et sont informées et associées à l'élaboration des stratégies touristiques mises en œuvre. L'appropriation de ces stratégies par les ultramarin.e.s est d'autant plus indispensable qu'elles mettent l'accent sur l'environnement, la culture, l'accueil, etc. autant de domaines où l'adhésion des populations est nécessaire. Cette préoccupation a été exprimée plusieurs fois par le CESC de Polynésie française qui rappelle que « *la population polynésienne doit davantage être sensibilisée et se sentir impliquée par les enjeux de développement touristique en Polynésie française. Le tourisme est l'affaire de tous les Polynésiens*¹⁷¹ » et recommande « *de lancer une campagne d'information pour favoriser cette prise de conscience de l'importance de la filière touristique et d'un tourisme durable et culturel proche des Polynésiens.*¹⁷² »

La délégation à l'Outre-mer suggère comme piste d'action qu'une campagne d'information à l'attention des populations sur l'importance du développement durable du tourisme, soit menée dans chaque territoire ultramarin y compris avec des supports en langues régionales.

¹⁶⁹ Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapports du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-23, novembre 2014, p. 16.

¹⁷⁰ Audition de Mme Melinda Bodin devant les membres de la délégation à l'Outre-mer du CESE.

¹⁷¹ CESC de Polynésie française, avis n° 18/2015 du 25 février 2015 sur le projet de délibération portant approbation du projet de contrat de Projets État-Polynésie française (2015-2020).

¹⁷² CESC de Polynésie française, avis n° 49/2016 du 25 février 2016 sur un dossier relatif à la stratégie de développement touristique de la Polynésie française pour la période 2015-2020, p. 4.

3. Développer les relations avec les diasporas d'ultramarin.e.s

La mobilisation des diasporas d'ultramarin.e.s devrait être mise en œuvre pour faire rayonner le tourisme durable des Outre-mer dans l'hexagone et à l'international. Dans l'hexagone, cette mobilisation peut par exemple prendre appui sur les nombreuses associations ultramarines bien souvent très actives et les inciter à devenir des ambassadrices du tourisme durable dans leur territoire d'origine. Dans les Outre-mer, cette mobilisation pourrait aussi s'appuyer sur les associations d'ultramarin.e.s qui maintiennent des relations avec leurs pays d'origine comme l'Inde (pour **La Réunion**), la Chine (pour la **Polynésie française**). Ces associations pourraient utilement être plus impliquées dans la stratégie touristique en direction de ces pays. Enfin, de nombreux.euses étudiant.e.s ultramarin.e.s poursuivent leurs études dans des pays étrangers et en particulier au Canada. Il.elle.s pourraient être aussi un relais dynamique de la politique touristique de leur territoire auprès des jeunes qu'il.elle.s côtoient dans leur école et dans leur vie quotidienne. Il.elle.s pourraient en particulier faire découvrir leur territoire et les offres touristiques notamment dans le domaine du sport en direction des jeunes.

D - Le tourisme durable, un thème majeur de la coopération régionale des Outre-mer

Pour de nombreux pays et territoires qui appartiennent au bassin régional des Outre-mer, le tourisme est un secteur important de leur économie. Ces pays et territoires, concurrents des Outre-mer, font face également au défi de rendre leur tourisme durable sous peine de dégrader leurs ressources naturelles, leurs paysages, etc. et donc d'amoindrir leur attrait touristique. Les Outre-mer et ces pays et territoires, au-delà de leur concurrence, sont confrontés aux mêmes enjeux et devraient miser davantage sur la coopération régionale pour les surmonter. L'émergence de bassins de destination (« *océan Indien* », « *Pacifique* », « *Plateau des Guyanes* » ou « *Caraïbe* ») pourrait favoriser ces coopérations.

1. Faire des Outre-mer des leaders du tourisme durable dans leur bassin régional respectif et favoriser leur coopération

Dans chaque bassin régional, il s'agit à la fois de favoriser la coopération en matière de tourisme des différents territoires ultramarins entre eux et la coopération des Outre-mer avec les pays et territoires qui appartiennent à leur environnement. Ces coopérations peuvent prendre la forme d'expertise, d'échanges d'expériences et de bonnes pratiques, etc.

Par la simplification des procédures de visas pour les touristes

Au préalable, il faut indiquer que la procédure d'obtention des visas touristiques reste une problématique.

L'acquis de Schengen ne s'applique qu'au territoire européen de la France. En conséquence, un visa Schengen ne permet pas d'entrer dans un département, une collectivité ou un territoire d'Outre-mer, et un visa délivré pour l'Outre-mer ne permet pas d'entrer dans l'espace Schengen¹⁷³.

Lorsqu'un.e demandeur.euse de visa souhaite se rendre à la fois dans l'espace Schengen et dans un département ou une collectivité d'outre-mer, il.elle doit déposer des demandes de visa distinctes. Lorsque l'intéressé.e a omis de procéder à cette formalité avant le départ de son pays de résidence, il.elle doit s'adresser à une préfecture, s'il.elle se trouve dans un département français, ou au consulat français le plus proche, s'il.elle se trouve dans un autre État Schengen, pour demander un visa pour l'Outre-mer. Inversement, lorsque l'intéressé.e se trouve dans les Outre-mer et souhaite se rendre dans l'espace Schengen, il.elle doit solliciter un visa Schengen auprès du/de la représentant.e de l'État Outre-mer.

Dans la Stratégie de développement touristique de la Polynésie française, le Gouvernement polynésien souhaite solliciter de l'État la simplification des procédures de visas¹⁷⁴. Il souhaite en particulier « *un assouplissement des procédures de visas pour les équipages de paquebots* », « *un allongement de la validité des visas pour les équipages de yachts* », « *la simplification des procédures de visas pour les marchés cibles* » et « *l'instauration de visas long séjour multiples-entrées pour les étrangers propriétaires* ».

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action de favoriser la gestion déléguée de l'instruction des visas et de clarifier auprès des ambassades le visa Schengen couplé au visa DOM-COM.

Favoriser la coopération dans le domaine du tourisme entre les différents territoires ultramarins

Certains territoires ultramarins appartiennent au même environnement régional. On peut citer à titre d'exemple la **Guadeloupe**, la **Martinique**, **Saint-Martin** et **Saint-Barthélemy** dans le bassin caribéen ou encore **La Réunion** et **Mayotte** dans l'océan Indien. Chacun de ces territoires a défini sa propre stratégie de développement touristique et devrait coopérer davantage avec les autres territoires ultramarins.

Favoriser la coopération dans le domaine du tourisme entre les Outre-mer et les pays et territoires de leur bassin régional

Les territoires ultramarins et les pays et territoires de leur bassin régional font bien souvent face aux mêmes défis pour assurer le développement de leur secteur touristique. Dans ses rapport et avis *Pour un renforcement de la coopération régionale des Outre-mer*¹⁷⁵, le « *CESE recommande que les priorités de la coopération régionale des Outre-mer soient les*

¹⁷³ Site Internet du ministère de l'Intérieur, consulté le 4 mai 2017.

¹⁷⁴ *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*, p. 78.

¹⁷⁵ Rémy-Louis Budoc, *Pour un renforcement de la coopération régionale des Outre-mer*, avis et rapport du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2012-09, mai 2012.

suivantes : favoriser le développement économique et social ; participer à la préservation des biens publics mondiaux et promouvoir l'enseignement, la formation et la recherche. »

La délégation à l'Outre-mer suggère comme piste d'action que des projets de coopération en faveur du tourisme durable s'inscrivent dans ces trois thématiques.

À titre d'exemple, la maîtrise du changement climatique, de l'érosion de la biodiversité et de la propagation des maladies contagieuses constituent autant d'enjeux collectifs dont les conséquences sur les activités touristiques peuvent être très importantes. Or ces enjeux ne sont pas aujourd'hui correctement pris en charge ni par les marchés, parce que leurs bénéfices ne sont pas « appropriables », ni par les États, car leurs bénéfices ne peuvent être circonscrits dans leurs frontières¹⁷⁶. Les Outre-mer et les pays et territoires qui les entourent agissent sur ces sujets, mais leurs actions gagneraient en efficacité si elles entraient plus souvent dans le cadre de programmes de coopération. Dans le Pacifique, la biodiversité des concurrent.e.s de la **Polynésie française**, de la **Nouvelle-Calédonie** et de **Wallis-et-Futuna** est en danger du fait d'une grande densité de population au km², d'un marché touristique non régulé et d'une surexploitation des ressources naturelles¹⁷⁷. Fidji ainsi que les autres concurrent.e.s commencent à prendre des mesures et ont ainsi initié la mise en œuvre d'un cadre juridique pour mieux contrôler la pollution et surtout le traitement des déchets. Lors de son audition, M. Doki-Thonon, Vice-président du CESER de La Réunion a cité l'exemple du recyclage des huiles alimentaires usagées (HAU) des restaurants¹⁷⁸. Ces huiles sont constituées principalement des huiles de friture et accessoirement des huiles de cuisson (dites « huiles de fond de poêle »). Pendant de nombreuses années, faute de solution pour s'en débarrasser, des milliers de litres d'huiles usagées ont été jetés dans la nature, dans les toilettes, dans le caniveau, dans le jardin, etc. En 2013, deux structures, Clikeco et Inter'Val ont répondu à l'appel à projet de l'ADEME pour offrir un nouveau service sur l'île en matière de collecte et valorisation des HAU. Des contenants issus de la récupération sont déposés chez les professionnel.le.s de la restauration. Ils sont adaptés à leur exploitation et la collecte des HAU est assurée dans les meilleurs délais. Ces huiles sont ensuite vendues en Afrique du Sud pour la fabrication de BioDiesel.

La délégation à l'Outre-mer du CESE suggère comme piste d'action que la question du traitement des déchets, commune à l'ensemble des Outre-mer et des pays et territoires voisins, mériterait d'être une des priorités de la coopération régionale dans le domaine de la préservation des biens publics mondiaux.

Pour les territoires ultramarins de la Caraïbe, cette piste d'action pourrait se mettre en œuvre dans le cadre de la Convention pour la protection et la mise en valeur du milieu marin dans la région des Caraïbes, ou Convention de Carthagène, qui a été signée à Carthagène (Colombie) le 24 mars 1983. La Guyane a accueilli en mars 2017 la neuvième conférence de cette convention.

¹⁷⁶ Ministère des Affaires étrangères et européennes, « Coopération au développement : une vision française – Stratégie 2011 », document cadre, décembre 2010.

¹⁷⁷ *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*, p. 20.

¹⁷⁸ Audition de M. Philippe Doki-Thonon, Vice-président du Conseil économique, social, environnemental et régional de La Réunion, lors d'une table ronde réunissant des représentant.e.s des CESER et CESC des Outre-mer, le 22 mars 2016.

Les coopérations entre les Outre-mer et les pays et territoires voisins devraient également contribuer à consolider le positionnement et la notoriété des Outre-mer à travers le développement de collaborations permettant d'intégrer les ressources stratégiques (aéroport, événements majeurs, patrimoine mondial...) situées dans les territoires de proximité, dans le cadre d'association, de multi-destinations.

Le positionnement stratégique de la destination et l'identification de la concurrence ne doivent pas nourrir des concurrences entre les destinations voisines. Il faut au contraire privilégier des complémentarités dans le cadre de la coopération régionale à La Réunion avec le concept dit « des îles vanille » qui associe Maurice, Madagascar, les Seychelles, les Comores et Mayotte. À partir d'une dimension de tourisme de niche, ces territoires ont élaboré le concept marketing « Les Îles Vanille » pour développer la notoriété de l'océan Indien. L'objectif affiché est de redynamiser la demande internationale et de renforcer l'attractivité multiple de l'océan Indien. L'idée est notamment de structurer des binômes complémentaires tels Mayotte-Madagascar, Réunion-Maurice, Réunion-Seychelles, Réunion-Madagascar... Les singularités de chacun.e s'ajoutent comme l'offre haut de gamme de Maurice, la qualité multi-îles des Seychelles et le développement du tourisme vert à La Réunion.

2. Créer les conditions d'une meilleure insertion des entreprises touristiques des Outre-mer dans leur environnement régional

Les territoires ultramarins dans leur environnement régional respectif sont à proximité de pays et territoires dont ils pourraient capter une partie des flux touristiques. Les flux touristiques « naturels » des Outre-mer devraient être ceux en proximité géographique immédiate. Comme le soulignait M. Philippe Maud'hui¹⁷⁹ lors de son audition, les **Antilles** sont proches de l'Amérique du Nord et de l'Amérique du Sud, la **Nouvelle-Calédonie** et la **Polynésie française** sont proches de l'Asie, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande, **Mayotte** et **La Réunion**, de l'Afrique du Sud. La diversification des flux touristiques à destination des Outre-mer pourrait passer par une augmentation des flux touristiques en proximité géographique grâce notamment à une meilleure accessibilité aérienne. Atout France a réalisé une étude sur les flux touristiques originaires des marchés BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud) pour examiner quelle était leur importance réelle, leurs évolutions et évaluer s'ils bénéficiaient aux territoires ultramarins ou aux destinations concurrentes. Ces flux croissent fortement. Malheureusement les destinations ultramarines en profitent peu en comparaison de Maurice, la République dominicaine ou Cuba. Or diversifier les flux touristiques en les internationalisant, c'est non seulement internationaliser les investissements, favoriser l'étalement de la saison, mais encore amener les entreprises ultramarines à être davantage présentes à l'export. Cette diversification peut reposer sur des mesures administratives. Ainsi depuis la simplification de leurs formalités de visa, le nombre de touristes chinois.e.s en **Polynésie française** augmente rapidement passant de 500 touristes en 2009 à 5 500 en 2015 (soit 3 % du total des touristes dans l'archipel). L'ouverture de nouvelles lignes aériennes dans les Antilles a également créé des flux touristiques de proximité.

¹⁷⁹ Audition de M. Philippe Maud'hui, Directeur de l'ingénierie et du développement des territoires d'Atout France, accompagné de Mme Marie-Laure Desmet, Sous-directrice des territoires et filières au sein de la Direction de l'ingénierie et du développement des territoires, devant les membres de la délégation à l'Outre-mer du CESE, le 10 mai 2016.

Conclusion

Après avoir constaté que leur modèle de développement touristique était désormais dépassé, les Outre-mer doivent le réinventer. Confrontés à un marché du tourisme mondial en expansion et pluriel, où des marchés touristiques de masse côtoient des marchés touristiques de niches pas systématiquement de luxe, les Outre-mer doivent de nouveau trouver leur place.

Ils possèdent les atouts pour mettre en place un nouveau logiciel de développement touristique durable permettant notamment de différencier et de personnaliser leur offre vis-à-vis des destinations concurrentes. Ce nouveau modèle doit œuvrer en faveur d'un tourisme mieux réparti dans le temps et dans l'espace, soucieux de l'environnement, du bien-être des populations, de la réussite des acteurs économiques et de la satisfaction des touristes. Le tourisme durable n'est pas un phénomène de mode. Il correspond à l'évolution de certains courants sociologiques porteurs et de touristes davantage respectueux de leur environnement et des populations qui les accueillent.

Si l'objectif de développer le tourisme durable est affirmé dans de nombreux textes internationaux, si de nombreux guides, chartes et labels en déclinent les bonnes pratiques, sa concrétisation à une large échelle territoriale reste à réaliser, car les défis et les contradictions à dépasser sont nombreux et font débat. Les Outre-mer comme tous les territoires font face à ces tensions et contradictions mais sont aujourd'hui en mesure de les relever dans le cadre plus vaste d'une transformation de leur modèle de développement.

N° 1 COMPOSITION DE LA DÉLÉGATION À L'OUTRE-MER À LA DATE DU VOTE

✓ **Président** : Jean-Étienne ANTOINETTE

✓ **Vice-présidentes** : Joëlle PRÉVOT-MADÈRE et Dominique RIVIÈRE

☐ **Agriculture**

✓ Pascal FÉREY

✓ Christine VALENTIN

☐ **Artisanat**

✓ Christian LE LANN

☐ **Associations**

✓ Marie-Claire MARTEL

☐ **CFDT**

✓ Marie-Odile ESCH

☐ **CFE-CGC**

✓ Véronique BIARNAIX-ROCHE

☐ **CGT**

✓ Michèle CHAY

✓ David MEYER

☐ **CGT-FO**

✓ Jacques TECHER

✓ Françoise CHAZAUD

☐ **Coopération**

✓ Christian ARGUEYROLLES

☐ **Entreprises**

✓ Joëlle PRÉVOT-MADÈRE

☐ **Environnement et nature**

✓ Élodie MARTINIE-COUSTY

✓ Jacques BEALL

☐ **Outre-mer**

- ✓ Jean-Étienne ANTOINETTE
- ✓ Isabelle BIAUX-ALTMANN
- ✓ Inès BOUCHAUT-CHOISY
- ✓ Yannick CAMBRAY
- ✓ Didier GUÉNANT-JEANSON
- ✓ Joël LOBEAU
- ✓ Sarah MOUHOUSSEUNE
- ✓ Dominique RIVIÈRE
- ✓ Sosefo SUVE
- ✓ Octave TOGNA
- ✓ Christian VERNAUDON

☐ **Personnalités qualifiées**

- ✓ Patrick MOLINOZ
- ✓ Cindy LÉONI

☐ **UNAF**

- ✓ Antoine RENARD
- ✓ Bernard TRANCHAND

N° 2 LISTE DES PERSONNALITÉS REÇUES EN AUDITION DEVANT LES MEMBRES DE LA DÉLÉGATION ET RENCONTRÉES EN ENTRETIEN PRIVÉ PAR LA RAPPORTEURE

En vue de parfaire leur information, les membres de la délégation à l'Outre-mer ont entendu les personnes dont les noms suivent :

- ✓ **M. Téarii Alpha,**
Ancien ministre du Logement dans le Gouvernement de la Polynésie française
- ✓ **M. Stéphane Artano,**
Sénateur, ancien Président du Conseil territorial de Saint-Pierre et Miquelon
- ✓ **M. Mathieu Béchonnet,**
Directeur délégué d'Air Tahiti Nui et Vice-président du groupement d'intérêt économique (GIE) Tahiti Tourisme
- ✓ **Mme Mélinda Bodin,**
Vice-présidente du Conseil économique, social et culturel (CESC) de la Polynésie française
- ✓ **Mme Sonia Cippe,**
Responsable du bureau parisien du Comité du tourisme de Guyane (CTG)
- ✓ **M. Roger Couffin,**
Fondateur d'Adrien Stratégie, cabinet de conseil en stratégie pour les entreprises
- ✓ **M. Michel Crispin,**
Président du Conseil économique, social et environnemental régional (CESER) de la Martinique
- ✓ **M. Guillaume Cromer,**
Directeur d'Id-Tourisme
- ✓ **Mme Marie-Laure Desmet,**
Sous-directrice des territoires et filières au sein de la Direction de l'ingénierie et du développement des territoires d'Atout France
- ✓ **M. Philippe Doki-Thonon,**
Vice-président du CESER de La Réunion
- ✓ **M. Michel Durrieu,**
Chef de la mission de promotion du tourisme au ministère des Affaires étrangères et du développement international (MAEDI)
- ✓ **Mme Ariane Fleurival,**
Présidente du CESER de la Guyane
- ✓ **M. Vincent Gollain,**
Directeur du département Économie de l'Institut d'aménagement et d'urbanisme d'Île-de-France (IAU-IDF)

- ✓ **M. Georges Gumbs,**
Président du Conseil économique, social et culturel (CESC) de Saint-Martin
- ✓ **M. Didier Janot,**
Président de l'agence de conseil en communication Horizon Bleu
- ✓ **Mme Corinne Juillet,**
Directrice du GIE Nouvelle-Calédonie Tourisme Province Sud
- ✓ **M. Johann Karam,**
Responsable stratégie et communication numérique du bureau parisien du Comité du tourisme de Guyane (CTG)
- ✓ **Mme Vaihere Lissant,**
Directrice du marketing et de la communication du GIE Tahiti Tourisme
- ✓ **M. Gabriel Macaya Trejos,**
Ambassadeur du Costa Rica en France
- ✓ **M. Alex Madeleine,**
Conseiller de la Collectivité territoriale de la Guyane (CTG), en charge du tourisme
- ✓ **M. Philippe Maud'hui,**
Directeur de l'ingénierie et du développement des territoires d'Atout France
- ✓ **M. Dominique Mirada,**
Directeur des Outre-mer du Groupe Caisse des dépôts (CDC)
- ✓ **M. Yan Monplaisir,**
*Premier Vice-président de la Collectivité territoriale de la Martinique (CTM)
et Président de la Commission du développement économique et du tourisme de la CTM*
- ✓ **M. François Parmantier,**
Directeur adjoint du département Outre-mer de l'Agence française de développement (AFD)
- ✓ **Mme George Pau-Langevin,**
Députée, ancienne ministre des Outre-mer
- ✓ **M. Michel Porcher,**
Expert du groupe Outre-mer du Comité français de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN)
- ✓ **Mme Agnès Romatet-Espagne,**
Ministre plénipotentiaire, Directrice de la communication et de la presse au ministère de l'Europe et des affaires étrangères (MEAE), ancienne Directrice des entreprises, de l'économie internationale et de la promotion du tourisme au ministère des Affaires étrangères et du développement international (MAEDI)
- ✓ **M. Winiki Sage,**
Président du CESC de la Polynésie française
- ✓ **M. Abdou Subra,**
Représentant le Président du CESE de Mayotte

✓ **M. Nicolas Vion,**

*Président du Groupement hôtelier et touristique de la Guadeloupe (GHTG)
Ancien Conseiller du CESER de la Guadeloupe*

Par ailleurs, la rapporteure s'est entretenue avec :

✓ **Mme Samia Badat-Karam,**

Secrétaire générale de la Fédération des entreprises d'Outre-mer (FEDOM)

✓ **M. Philippe Barjau,**

Directeur de l'emploi et de la formation à L'Agence de l'Outre-mer pour la mobilité (LADOM)

✓ **Mme Christine Bruniaux,**

*Cheffe du département du lien formation-emploi au sein de la Direction générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle (DGESIP)
du ministère de l'Éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche*

✓ **M. Thomas Cabanis,**

Directeur général d'INFI

✓ **M. Willy Charles-Nicolas,**

UR UNSA-Guyane

✓ **M. Érick Chavriacouty,**

UR UNSA-La Réunion

✓ **M. Étienne Coffin,**

*Président du Comité français pour le développement du tourisme durable
et président de la délégation française pour le Partenariat mondial sur le tourisme durable*

✓ **M. Peter Debrine,**

Responsable de projet à l'unité Amérique latine et Caraïbes de l'UNESCO

✓ **Mme Emma Delfau,**

*Sous-directrice du tourisme au sein de la Direction générale des entreprises (DGE)
du ministère de l'Économie et des finances*

✓ **Mme Joëlle Désir,**

Directrice générale du Comité martiniquais du tourisme (CMT)

✓ **Mme Brigitte Doriath,**

*Sous-directrice des lycées et de la formation professionnelle au sein de la Direction de l'enseignement scolaire (DGESCO) du ministère de l'Éducation nationale,
de l'enseignement supérieur et de la recherche, accompagnée de Mme Brigitte Trocmé*

✓ **Mme Cécile Duquesnay,**

Économiste à l'Observatoire économique de l'IEDOM-IEOM

✓ **M. Guy Fabre,**

*Directeur de l'action régionale Sud de l'Agence de l'environnement
et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), accompagné de Mme Françoise Garcia*

- ✓ **M. Bruno Farèniaux,**
Inspecteur général de l'administration du développement durable du Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD)
- ✓ **M. Jean-Christophe Gay,**
Professeur des Universités à l'UFR Sciences et IAE de l'Université Nice Sophia Antipolis
- ✓ **M. Claude Girault,**
Ancien Directeur général adjoint des Outre-mer (DGOM)
- ✓ **M. Franck Jarno,**
Sous-directeur des formations et de l'insertion professionnelle au sein de la DGESIP du ministère de l'Éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche
- ✓ **Mme Pascale Joannot,**
Déléguée Outre-mer et Directrice adjointe des collections au Museum national d'histoire naturelle (MNHN)
- ✓ **Mme Nathalie Le Roy,**
Présidente d'INFI
- ✓ **M. Alexandre Łuczkiewicz,**
Chargé de communication au Cluster maritime français (CMF)
- ✓ **Mme Céline Magnier,**
Ingénieure divisionnaire de l'industrie et des mines, Cheffe du bureau des pressions sur l'environnement de la Sous-direction de l'information environnementale au sein du Service de l'observation et des statistiques du Commissariat général au développement durable (CGDD) du ministère de l'Écologie, de l'énergie et de la mer, accompagnée de Mme Mélanie Gauche et de M. Sébastien Colas
- ✓ **M. Jean-Marc Mocellin,**
Directeur général du groupement d'intérêt économique (GIE) Nouvelle-Calédonie Tourisme
- ✓ **M. Frédéric Moncany de Saint-Aignan,**
Président du CMF
- ✓ **M. Byram Paryse,**
UR UNSA-Guadeloupe
- ✓ **M. Jean-Pierre Philibert,**
Président de la FEDOM
- ✓ **Mme Suzanne Pons,**
Directrice régionale de l'ADEME de la Guyane
- ✓ **M. Jean-François Rialhe,**
UR UNSA-La Réunion
- ✓ **Mme Isabelle Richard,**
Sous-directrice adjointe à la Sous-direction du tourisme de la Direction générale des entreprises (DGE) du ministère de l'Économie, de l'industrie et du numérique

✓ **Mme Véronique Rigal,**

Ancienne Cheffe du bureau des agréments et rescrits du Service juridique et de la fiscalité au sein de la Direction générale des finances publiques du ministère de l'Économie et des finances, accompagnée de Mme Ingrid Roy

✓ **M. Gérard Ruiz,**

Inspecteur général honoraire de l'administration du développement durable

✓ **M. Marc Schweitzer,**

Responsable adjoint de l'Observatoire économique de l'IEDOM-IEOM

✓ **M. Paul Sloan,**

Directeur général du GIE Tahiti Tourisme

✓ **Mme Pastèle Soleille,**

Sous-directrice de la qualité de la vie à la Direction de l'habitat, de l'urbanisme et des paysages au sein de la Direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature du ministère de la Transition écologique et solidaire (MTES)

✓ **M. Christian Vaamei,**

Président du Comité consultatif social et économique (CCSE) des îles Wallis-et-Futuna

✓ **Mme Martine Vignau,**

Présidente du groupe de l'UNSA au CESE

N° 3 BIBLIOGRAPHIE

Jacques Attali, Adrienne Brotons, Inspectrice des finances et Angélique Delorme, Auditrice au Conseil d'État, rapporteur.e.s, avec la participation de Claudia Viagea, *La francophonie et la francophilie, moteurs de croissance durable*, août 2014.

Céline Barthou, géographe, enseignante-chercheuse à l'université d'Angers, « Tourisme de masse et développement durable : quelle compatibilité ? », in *Cahiers français* n° 393, « L'industrie du tourisme », juillet-août 2016, La documentation Française.

Luc Bérille et Jean-François Pilliard, *Le développement de la culture du dialogue social en France*, avis du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2016-04, juin 2016.

Mélinda Bodin et Patrick Galenon, avis 49/2016 du Conseil économique, social et culturel (CESC) sur un dossier relatif à la stratégie de développement touristique de la Polynésie française pour la période 2015-2020, 25 février 2016.

Jérémy Boer, Responsable de mission et expert en développement touristique au sein du pôle Tourisme éthique et développement de l'ONG *Acting For Life*, « Le tourisme : un moteur de l'économie mondiale », in *Cahiers français* « L'industrie touristique », n° 393, juillet-août 2016.

Jean-Marie Breton (sous la direction de), *L'écotourisme : un nouveau défi pour la Caraïbe ?*, Paris, Karthala, vol. 1, 2001.

Rémy-Louis Budoc, *Pour un renforcement de la coopération régionale des Outre-mer*, avis et rapport du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2012-09, mai 2012.

Gilles Caire, maître de conférence HDR d'économie à l'université de Poitiers, membre du centre de recherche sur l'intégration économique et financière, « La place de l'industrie touristique dans l'économie française », in *Cahiers français* « L'industrie du tourisme », n° 393, juillet-août 2016.

Comité territorial de tourisme de Saint-Barthélemy, *Rapport annuel 2014*.

Commission européenne, *L'Europe, première destination touristique du monde – un nouveau cadre politique pour le tourisme européen*, communication au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social et au Comité des régions, Bruxelles, le 30 juin 2010, COM(2010) 352 final.

CNEPEOM, *Rapport biennal 2013-2014*, sous la présidence de Mme Chantal Berthelot, députée de la Guyane.

Conférence mondiale du tourisme durable, Charte du tourisme durable, Lanzarote, 1995

Constitution de 1946, IV^e République, Préambule.

Cour des comptes, Rapport public annuel 2014, tome I, Les observations, volume I-1, Les finances publiques, les politiques publiques, chapitre V – Tourisme, « Le tourisme en outre-mer : un indispensable sursaut », février 2014.

Pierrette Crosemarie, *La microfinance dans les Outre-mer*, avis et rapport du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2015-04, février 2015.

Olivier Dehoorne, Sopheap Theng, « Le tourisme à la Martinique : de l'usure d'un modèle à la perte d'attractivité d'un territoire », in Olivier Dehoorne, Huhua Cao, Dorina Ilies, *Brownfields, friches urbaines et recompositions territoriales. La durabilité en question*, Publibook, 2016.

Olivier Dehoorne, « Déprime automnale, que reste-t-il de nos vacances ? Ou lorsque la friche touristique s'installe », chronique publiée sur le site Internet du mouvement pour l'autonomie, voyager, vivre et agir : libres, indépendants, autonomes et nomades, La Croisée des routes, Histoires de touristes 6, septembre 2015. <http://www.croiseedesroutes.com/histoires-touristes-olivier-dehoorne-6>.

Olivier Dehoorne, Nathalie Petit-Charles et Sopheap Theng, « Le tourisme de croisière dans le monde : permanences et recompositions », in *Le tourisme de croisière : territorialisation, construction des lieux et enjeux de développement*, Études caribéennes, n° 18, avril 2011.

<http://etudescaribeennes.revues.org/5629>.

Olivier Dehoorne et Anne-Laure Transler, « Autour du paradigme d'écotourisme », in *L'écotourisme dans la Caraïbe*, Études caribéennes, n° 6, avril 2007, <http://etudescaribeennes.revues.org/414>.

Olivier Dehoorne, « La Baie du Marin (Martinique) : l'organisation d'un nouvel espace touristique autour de la plaisance », in *Les risques naturels majeurs dans la Caraïbe*, Études caribéennes, n° 7, août 2007,

<http://etudescaribeennes.revues.org/381>.

Olivier Dehoorne, « Les bulles touristiques en milieu tropical : logiques et enjeux des enclaves touristiques dans les pays en développement », in Jean Rieucan et Jérôme Lageiste (sous la direction de), *L'empreinte du tourisme. Contribution à l'identité du fait touristique*, L'Harmattan, 2006.

Philippe Duhamel, professeur de géographie à l'université d'Angers, « L'avènement des pratiques touristiques et leurs dynamiques contemporaines », in *Cahiers français « L'industrie du tourisme »*, n° 393, juillet-août 2016.

Christine Dupuis, *Tourisme et développement durable en France*, avis et rapport du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2014-43, décembre 2014.

Marie de l'Estoire, *La valorisation de la forêt française*, avis et rapport du CESE, Les éditions des Journaux officiels, n° 2012-18, octobre 2012.

Cécile Felzines, *Le tourisme, perspective d'avenir de l'Outre-mer français*, avis du CESE, 2007-n° 1, janvier 2007.

Jean-Christophe Gay, *Les cocotiers de la France, tourisme en Outre-mer*, Éditions Belin, 2009.

Olivier Ginolin, « L'artisanat traditionnel en Polynésie française : de l'économie touristique à l'élaboration des identités insulaires », *Le journal de la Société des Océanistes*, 2004.

Philippe Gloaguen, Christian Mantei, Maïna Sage, Gabriel Serville, rapporteur.e.s, *27 mesures pour 2020 en faveur des destinations d'Outre-mer*, rapport du Conseil de promotion du tourisme (CPT), 2015.

Éric Hersilie-Héloïse, « Fort-de-France - Une ville malade de son thermalisme ? », article de France-Antilles, 22 janvier 2014,

<http://www.martinique.franceantilles.fr/actualite/societe/une-ville-malade-de-son-thermalisme-238629.php>.

IEDOM, *Guadeloupe 2015*, édition 2016.

IEDOM, *Guadeloupe 2016*, édition 2017.

IEDOM, « Le tourisme à Saint-Martin, un positionnement touristique à concrétiser », *Note Expresse* n° 320, mars 2015.

IEDOM, « Le tourisme à La Réunion, une activité qui peine à décoller », *Note Expresse*, n° 293, octobre 2014.

IEOM, *Nouvelle-Calédonie 2015*, édition 2016.

IEOM, *Polynésie française 2015*, édition 2016.

IEOM, *Wallis-et-Futuna 2015*, édition 2016.

IEOM, « Le tourisme en Polynésie française en quête d'un second souffle », *Note Expresse*, n° 147, janvier 2015.

INSEE, *Bilan économique de la Guadeloupe*, n° 77, juin 2014.

INSEE, *Études et documents*, n° 75, novembre 2012.

INSEE, « Les signes d'une reprise », *AntianÉco* n° 60, novembre 2005.

Laurence Jaluzot, Fabien Malaval, Guillaume Rateau, « En 2015, les prix dans les DOM restent plus élevés qu'en métropole », *Insee Première* n° 1589, avril 2016, Insee.

JOPF, délibération n° 95-19 AT du 19 janvier 1995 portant organisation de la navigation charter en Polynésie française, 2 février 1995, n° 5.

Loi d'orientation du 29 juillet 1998 relative à la lutte contre les exclusions, article 140.

Ministère des Affaires étrangères et européennes, « Coopération au développement : une vision française – Stratégie 2011 », document cadre, décembre 2010.

Ministère de l'Environnement, de l'énergie et de la mer, Stratégie nationale pour la biodiversité (2009-2010).

Ministère de l'Environnement, de l'énergie et de la mer, en charge des relations internationales sur le climat, Stratégie nationale pour la mer et le littoral, février 2017.

Carlos Monterrubio et Melvin Bermúdez, « Les impacts du tourisme sur l'artisanat local au Costa Rica », *Téoros*, revue de recherche en tourisme, 2014.

Jean-Jacques Nowak, Maître de conférence en sciences économiques, université, Rime Lab et *International Association for Tourism Economics* ; Mondher Sahli, Associate Professor, Victoria University of Wellington, Nouvelle-Zélande, et *International Association for Tourism Economics*, « Le tourisme, un atout pour les pays en voie de développement ? », in *Cahiers français « L'industrie du tourisme »*, n° 393, juillet-août 2016.

Organisation internationale de la francophonie, 2014 *La langue française dans le monde*.

Claude Origet du Cluzeau, *Le tourisme culturel*, Presses universitaires de France (PUF), collection « Que sais-je ? », octobre 2007.

Bernard Pecqueur et Hervé Gumuchian, *La ressource territoriale*, Économica, 2007.

Dominique Peton-Klein et Camille Chaize, *Chikungunya : gestion d'une crise longue*, rapport de mission, Direction de l'hospitalisation et de l'organisation des soins, ministère de la Santé et des solidarités, décembre 2006.

Bernard Plasait, *Le tourisme d'affaires : un enjeu majeur pour l'économie*, avis du CESE, 2007-n° 15, juillet 2007.

Alice Pratz-Schoen et Joël Carillo, avis n° 18/2015 du CESC de Polynésie française sur le projet de délibération portant approbation du projet de Contrat de Projets État – Polynésie française (2015-2020) relatif au financement de projets relevant des compétences de la Polynésie française et du projet de Contrat de Projets État – Polynésie française (2015-2020) relatif au financement de projets communaux, février 2015.

Présidence de la Polynésie française, ministère du Tourisme, des transports aériens internationaux, de la modernisation de l'administration et de la fonction publique, *Stratégie de développement touristique de la Polynésie française 2015-2020*.

Guy Raffour, expert e-tourisme, fondateur du Cabinet Raffour Interactif, spécialisé dans les études marketing dédiées au tourisme de loisirs et d'affaires, « Les enjeux du tourisme en ligne : la généralisation d'infomédiations expérimentielles entre l'offre et la demande touristiques », in *Cahiers français « L'industrie du tourisme »*, n° 393, juillet-août 2016.

Olivier Sudrie, cabinet DME, *Quel niveau de développement des départements et collectivités d'Outre-mer ? Une approche par l'indice de développement humain*, document de travail n° 129 du département de la recherche de la direction de la stratégie de l'AFD, novembre 2012, mis à jour en février 2013.

Henri Torre, sénateur, *Logement en Outre-mer : passer du discours à la réalité*, rapport d'information fait au nom de la commission des finances du Sénat, 2006.

Michèle Viguier, *Les perspectives économiques des secteurs de l'horticulture*, avis et rapport du CESE, n° 2006-10, juin 2006.

N° 4 TABLE DES SIGLES

ACT	Aide à la continuité territoriale
ADEME	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
AFD	Agence française de développement
AFNOR	Association française de normalisation
AFPA	Agence nationale pour la formation professionnelle des adultes
AHFTI	Association des hôtels de famille de Tahiti et ses îles
ANEL	Association nationale des élus du littoral
ARS	Agence régionale de santé
BP	Brevet professionnel
BQP	Bouclier qualité-prix
BRGM	Bureau de recherches géologiques et minières
BRICS	Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud
BTS	Brevet de technicien supérieur
CAP	Certificat d'aptitude professionnelle
CCI	Chambre de commerce et d'industrie
CCSE	Comité consultatif social et économique (îles Wallis-et-Futuna)
CDC	Caisse des dépôts et consignations
CDT	Comité départemental du tourisme
CDTM	Comité départemental du tourisme de Mayotte
CECRL	Cadre européen commun de référence pour les langues
CEE	Correspondant.e.s éducation-économie
CEMOI	Centre d'économie et de management de l'océan Indien (université de La Réunion)
CERDI	Centre d'études et de recherches sur le développement international
CESC	Conseil économique, social et culturel
CESE	Conseil économique, social et environnemental
CESER	Conseil économique, social et environnemental régional
CFAPAG	Centre de formation d'apprentis polyvalent de l'académie de Guadeloupe
CGCT	Code général des collectivités territoriales
CGDD	Commissariat général du développement durable
CGEDD	Conseil général de l'environnement et du développement durable
CMF	Cluster maritime français
CMR	Coefficient moyen de remplissage
CMT	Comité martiniquais du tourisme
CNAM	Conservatoire national des arts et métiers
CNEPEOM	Commission nationale d'évaluation des politiques de l'État Outre-mer
CNRS	Centre national de la recherche scientifique
CODIM	Communauté de communes des îles Marquises
COM	Collectivités d'Outre-mer
CPIH	Confédération des professionnels indépendants de l'hôtellerie
CPT	Conseil de promotion du tourisme
CRT	Comité régional du tourisme

CST	Compte satellite du tourisme
CSTOM	Conseil stratégique du tourisme dans les Outre-mer
CTG	Collectivité territoriale de Guyane
CTG	Comité du tourisme de Guyane
CTIG	Comité du tourisme des îles de Guadeloupe
CTM	Collectivité territoriale de Martinique
DCL	Diplôme de compétence en langue
DDEI	Direction du développement économique et de l'innovation du Conseil départemental de Mayotte
DFA	Départements français d'Amérique
DGE	Direction générale des entreprises
DGESCO	Direction générale de l'enseignement scolaire
DGESIP	Direction générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle
DGOM	Direction générale des Outre-mer
DIL	Destination îles Loyauté
DOM	Départements d'Outre-mer
DROM	Départements et régions d'Outre-mer
DUT	Diplôme universitaire de technologie
EPIC	Établissement public à caractère industriel et commercial
ESS	Économie sociale et solidaire
EVE	Enquête auprès des visiteurs venant de l'étranger
FAGIHT	Fédération autonome générale de l'industrie hôtelière touristique
FCFP	Franc des collectivités françaises du Pacifique
FCIL	Formation complémentaire d'initiative locale
FED	Fonds européen de développement
FEDER	Fonds européen de développement régional
FEDOM	Fédération des entreprises d'Outre-mer
FHP	Financière hôtelière polynésienne
FIP	Fonds d'investissement de proximité
GIE	Groupement d'intérêt économique
GNC	Groupement national des chaînes hôtelières
GRETA	Groupement d'établissements
HAU	Huiles alimentaires usagées
IAA	Industries agroalimentaires
IAU-IDF	Institut d'aménagement et d'urbanisme d'Île-de-France
IDH	Indice de développement humain
IEDOM	Institut d'émission des départements d'Outre-mer
IEOM	Institut d'émission d'Outre-mer
IFRECOR	Initiative française pour les récifs coralliens
IFT	Institut français du tourisme
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
IRT	Île de La Réunion tourisme
ISEE	Institut de la statistique et des études économiques

ISPF	Institut de la statistique de la Polynésie française
IUT	Institut universitaire de technologie
JOPF	Journal officiel de la Polynésie française
LADOM	L'Agence de l'Outre-mer pour la mobilité
LEAD	Laboratoire d'économie appliquée au développement
LODEOM	Loi d'orientation pour le développement économique des Outre-mer
MAEDI	Ministère des Affaires étrangères et du développement international
MEAE	Ministère de l'Europe et des affaires étrangères
MNHN	Museum national d'histoire naturelle
MTES	Ministère de la Transition écologique et solidaire
NCTPS	Nouvelle-Calédonie tourisme point sud
NOTRe	Nouvelle organisation du territoire de la République (loi portant)
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OIF	Organisation internationale de la francophonie
OMT	Organisation mondiale du tourisme
ONG	Organisation non gouvernementale
ONU	Organisation des Nations unies
OPCA	Organisme paritaire collecteur agréé
OPMR	Observatoire des prix, des marges et des revenus
ORT	Observatoire régional du tourisme
PIB	Produit intérieur brut
PIB/hab.	Produit intérieur brut par habitant
PMA	Pays les moins avancés
PME	Passeport mobilité études
PME	Petites et moyennes entreprises
PMFP	Passeport mobilité formation professionnelle
PNUD	Programme des Nations unies pour le développement
PNUE	Programme des Nations unies pour l'environnement
PTOM	Pays et territoires d'Outre-mer
PUF	Presses universitaires de France
PVD	Pays en voie de développement
RUP	Régions ultrapériphériques
SDAT	Schéma de développement et d'aménagement touristique
SNARR	Syndicat national de l'alimentation et de la restauration rapide
SNELAC	Syndicat national des espaces de loisirs, d'attraction et culturels
SNML	Stratégie nationale pour la mer et le littoral
SNRC	Syndicat national de la restauration collective
SNRPO	Syndicat national de la restauration publique organisée
SNRTC	Syndicat national de la restauration thématique et commerciale
SPE	Service public de l'emploi
SPôTT	Structuration de pôles touristiques territoriaux (contrat de)
SRDT	Schéma régional de développement touristique
SRDTL	Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs
SYNHORCAT	Syndical national des hôteliers, restaurateurs, cafetiers, traiteurs

Annexes

TNAD	Tahiti Nui aménagement et développement
TPE	Très petites entreprises
TPN	Tourisme Province Nord
UICN	Union internationale pour la conservation de la nature
UMIH	Union des métiers et des industries de l'hôtellerie
UNESCO	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
UNSA	Union nationale des syndicats autonomes
VAE	Validation des acquis de l'expérience
ZEE	Zone économique exclusive

Dernières publications de la délégation à l'Outre-mer



Dernières publications du Conseil économique, social et environnemental



Retrouvez l'intégralité des travaux du CESE sur le site

www.lecese.fr

Imprimé par la Direction de l'information légale et administrative, 26, rue Desaix, Paris 15^e,
d'après les documents fournis par le Conseil économique, social et environnemental.
N° 411180009-000318 - Dépôt légal : Avril 2018

Crédit photo : DR, iStock.



PEFC 10-31-2190 / Certifié PEFC



IMPRIM'VERT®

LES AVIS DU CESE



Le modèle touristique ultramarin basé sur la recherche de massification et une offre commerciale de plus en plus concurrencée, montre à présent ses limites.

Dans cet avis, le CESE plaide pour un tourisme durable et économiquement viable, qui réponde aux défis environnementaux et climatiques, en tenant compte de ses impacts actuels et futurs.

Le CESE préconise de mettre l'identité culturelle et la richesse de la biodiversité des Outre-mer au cœur de leur stratégie. Pour cela, la formation, l'implication et la sensibilisation des populations sont essentielles à cette démarche.

L'avis se fixe comme objectif de recenser les pistes permettant cette transition. Il s'agit d'identifier les outils et de créer les conditions de mise en place de stratégies futures car la transformation du tourisme Outre-mer ne se décrète pas et doit faire l'objet d'une préparation à long terme pour se formaliser en plans pluriannuels dans chaque territoire.

CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL
ET ENVIRONNEMENTAL
9, place d'Iéna
75775 Paris Cedex 16
Tél. : 01 44 43 60 00
www.lecese.fr

N° 41118-0009

ISSN 0767-4538 ISBN 978-2-11-152191-9



9 782111 521919



Direction de l'information
légale et administrative
Les éditions des *journaux officiels*
www.ladocumentationfrancaise.fr