

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
AVIS ET RAPPORTS DU
CONSEIL ECONOMIQUE ET SOCIAL

*LE TOURISME,
PERSPECTIVE
D'AVENIR DE
L'OUTRE-MER
FRANÇAIS*

2007
Avis présenté par
Mme Cécile Felzines

MANDATURE 2004-2009

Séance des 9 et 10 janvier 2007

**LE TOURISME, PERSPECTIVE
D'AVENIR DE L'OUTRE-MER
FRANÇAIS**

**Avis du Conseil économique et social
présenté par Mme Cécile Felzines
au nom de la section du cadre de vie**

(Question dont le Conseil économique et social a été saisi par décision de son bureau en date du 6 avril 2006
en application de l'article 3 de l'ordonnance n° 58-1360 du 29 décembre 1958 modifiée
portant loi organique relative au Conseil économique et social)

SOMMAIRE

AVIS adopté par le Conseil économique et social au cours de sa séance du mercredi 10 janvier 2007	1
Première partie - Texte adopté le 10 janvier 2007	3
INTRODUCTION	7
CHAPITRE I - LE CONSTAT : LE TOURISME, UNE SITUATION PRÉOCCUPANTE DANS TOUT L'OUTRE-MER FRANÇAIS	9
I - RAPPEL DE L'AVIS DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE 1997	9
II - QU'EN EST-IL AUJOURD'HUI ?	10
A - DANS LES ZONES GÉOGRAPHIQUES	11
1. La zone Antilles-Guyane	11
2. La zone de l'océan Indien.....	16
3. Dans la zone Pacifique	18
4. La zone Atlantique Nord	22
B - DANS LES POLITIQUES MISES EN ŒUVRE	24
1. Une volonté locale qui n'affiche pas toujours ses objectifs.....	24
2. Une concurrence qui s'accroît	25
3. Une défiscalisation importante	29
4. Un désenclavement aérien qui ne profite pas suffisamment au tourisme	33
CHAPITRE II - LES PROPOSITIONS.....	37
I - DES MESURES QUI CONCERNENT L'ENSEMBLE DE L'OUTRE-MER.....	37
A - AMÉLIORER LES OUTILS STATISTIQUES POUR MIEUX LES UTILISER	37
B - SENSIBILISER LA POPULATION SUR UN OBJECTIF DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE HARMONIEUX, SOUCIEUX DES CULTURES LOCALES ET DE L'ENVIRONNEMENT.....	38
C - ÉLABORER DES STRATÉGIES EFFICACES EN DÉVELOPPANT UNE FILIÈRE TOURISTIQUE	40
1. Établir un schéma de développement touristique	40

IV

2. Aménager la destination	41
3. Promouvoir une destination à forte identité.....	42
4. Associer l'agriculture et l'artisanat.....	43
D - PROPOSER DES SOLUTIONS À LA QUESTION FONCIÈRE	44
E - SE DONNER LES MOYENS D'UN DÉVELOPPEMENT PÉRENNE	45
1. Orienter la défiscalisation des investissements vers des objectifs de développement touristique	46
2. Assurer la pérennité des entreprises et le développement de l'emploi.....	48
3. Renforcer le professionnalisme pour élever la qualité.....	50
F - METTRE EN COHÉRENCE LA POLITIQUE DES TRANSPORTS AVEC LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE.....	51
1. Adopter une politique tarifaire cohérente	51
2. Favoriser les flux de touristes de séjour	52
3. Mieux utiliser les chèques vacances	53
4. Adopter diverses mesures pour améliorer la desserte.....	53
II - DES MESURES SPÉCIFIQUES À CHACUNE DES COLLECTIVITÉS.....	53
A - DANS LA ZONE CARAÏBE	54
1. Les Antilles françaises (Guadeloupe et Martinique)	54
2. Guyane	56
B - DANS LA ZONE OCÉAN INDIEN	58
1. À La Réunion	58
2. Mayotte.....	59
C - DANS LA ZONE PACIFIQUE	60
1. La Polynésie française.....	60
2. La Nouvelle-Calédonie.....	62
3. Wallis et Futuna.....	64
D - DANS LA ZONE ATLANTIQUE NORD : SAINT-PIERRE-ET- MIQUELON.....	64
1. Mettre en œuvre le schéma de développement touristique	64
2. Valoriser la culture et l'histoire commune avec le Canada	64
3. Conforter le parc d'hébergement.....	65
CONCLUSION.....	67

Deuxième partie - Déclarations des groupes..... 69

ANNEXE A L'AVIS.....93

SCRUTIN.....93

DOCUMENTS ANNEXES.....95

Document annexe 1 : Quelques donnée sur la situation du tourisme dans le milieu
des années 9097

Document annexe 2 :Quelques données économiques et touristiques récentes. 101

Document annexe 3 :Les handicaps au développement touristique dans
l'Outre-mer français105

Document annexe 4 :Arrivées de touristes dans la zone Pacifique107

Document annexe 5 :Obstacles à la rénovation hôtelière109

Document annexe 6 :Mécanisme de défiscalisation concernant les avions
(source AFD)111

Document annexe 7 :Liste des personnalités rencontrées lors des différentes
missions113

LISTE DES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....121

TABLE DES SIGLES125

AVIS

**adopté par le Conseil économique et social
au cours de sa séance du mercredi 10 janvier 2007**

Première partie
Texte adopté le 10 janvier 2007

Le 6 avril 2006, le Bureau du Conseil économique et social a confié à la section du cadre de vie la préparation d'un projet d'avis intitulé *Le tourisme, perspective d'avenir de l'Outre-mer français*¹.

La section a désigné Mme Cécile Felzines comme rapporteure.

Pour son information, la section a entendu en audition les personnes dont les noms suivent :

- Mme Agnès Chureau, chargée de mission auprès de l'Inspection générale du tourisme à la direction du tourisme ;
- M. Gilles Delaruelle, directeur marketing de TUI France et de Nouvelles Frontières ;
- M. Pierre Descazeaux, directeur général du Centre de lignes Antilles-Guyane-Océan Indien d'Air France ;
- M. Philippe Gendre, directeur pour l'Outre-mer à l'Ingepar ;
- M. Philippe Leyssenne, directeur des affaires économiques, sociales et culturelles au ministère de l'Outre-mer ;
- M. Frédéric Pierret, directeur du tourisme au ministère du Tourisme ;
- M. Christian Vernaudo, PDG d'Air Tahiti.

La rapporteure a également rencontré différentes personnalités qu'elle tient à remercier pour leurs contributions constructives.

Elle tient tout particulièrement à exprimer sa gratitude auprès de M. Jean-Pierre Pernuit, coordinateur Outre-mer-ACFCI, pour sa connaissance du terrain et ses conseils judicieux.

Elle a effectué différentes missions dans la Caraïbe, en Guyane, dans l'océan Indien, dans la zone Pacifique et à Saint-Pierre-et-Miquelon. Que toutes les personnes rencontrées trouvent ici sa reconnaissance pour la richesse de leurs informations (la liste de ces personnalités figure en document annexe n° 7).

¹ L'ensemble du projet d'avis a été adopté au scrutin public par 185 voix et 8 abstentions (voir le résultat du scrutin en annexe).

INTRODUCTION

Il y a dix ans, notre assemblée se saisissait de la question du tourisme dans l'Outre-mer français (le tourisme, facteur de développement de l'Outre-mer français, rapporté par Miguel Laventure, avril 1997). Dans son avis, elle alertait les pouvoirs publics sur les difficultés rencontrées par le secteur dans les différentes collectivités et formulait un certain nombre de propositions pouvant, selon elle, contribuer à redresser la situation et relever les défis pour les années à venir, compte tenu des développements attendus du tourisme et de la multiplicité des destinations émergentes concurrentes.

Aujourd'hui, la situation du secteur touristique dans l'Outre-mer est des plus préoccupantes : pertes de parts de marché, fermeture d'établissements hôteliers accompagnées de licenciements sur certains territoires à l'économie déjà fragilisée par les restrictions communautaires ou internationales s'agissant de la canne à sucre, de la banane dans les Antilles et à La Réunion ou de la pêche à Saint-Pierre-et-Miquelon. Dans ces territoires les taux de chômage restent particulièrement élevés. De nombreux rapports et études émanant aussi bien des ministères en charge de l'Outre-mer, du Tourisme que de conseils économiques et sociaux régionaux ou d'organismes professionnels en témoignent.

Le Conseil économique et social s'étonne qu'à la suite de tous ces rapports et études aucune mesure spécifique d'envergure n'ait été adoptée en faveur de ce secteur.

Pourtant, depuis 1986, diverses dispositions législatives ont été mises en place pour venir en aide aux économies ultramarines :

- loi de finances rectificative pour 1986 (n° 86-824 du 11 juillet 1986) dite « loi Pons » ;
- loi n° 94-638 du 25 juillet 1994 dite « loi Perben » ;
- loi n° 2000-1207 du 13 décembre 2000 d'orientation pour l'Outre-mer dite « loi Paul » ;
- et enfin dite « loi Girardin » Loi de programme pour l'Outre-mer (LOPOM) du 21 juillet 2003. Cette dernière qui complète la « loi Paul », a pour ambition de conforter le principe de continuité territoriale et de développer durablement l'économie et l'emploi des départements, des collectivités d'Outre-mer et de la Nouvelle-Calédonie. Elle a mis en place, jusqu'en 2017 afin de donner une stabilité aux investisseurs et entrepreneurs, un dispositif d'exonérations des charges sociales et rénové le système de défiscalisation.

Comme le prévoyait la LOPOM, le Conseil économique et social a rendu un avis sur l'évaluation du dispositif en juillet 2006 (avis rapporté par M. Alain Saubert). De son côté, une mission d'audit de modernisation conduite conjointement par les trois inspections générales, celle des finances, celle de l'administration et enfin celle des affaires sociales a rendu un rapport sur *L'évaluation du dispositif d'exonérations des charges sociales spécifiques à l'Outre-mer* en juillet 2006.

Enfin, toujours en juillet 2006, un rapport portant sur *L'évaluation de l'impact socioéconomique du dispositif de défiscalisation des investissements Outre-mer* a été remis par les inspections générales des finances et de l'administration. Tous ces travaux de portée générale apportent un même éclairage sur la situation économique de l'Outre-mer et en particulier sur celle du tourisme.

C'est donc sur tous ces travaux et sur les missions effectuées par le rapporteur que le présent avis s'appuiera pour forger sa propre analyse qui lui permettra ensuite de formuler ses propositions au gouvernement, sachant bien que la compétence tourisme relève depuis les lois de 1987 et 1992 davantage des régions et entièrement des territoires pour la Polynésie et la Nouvelle-Calédonie.

C'est d'abord de leurs élus que dépend la volonté de faire du tourisme un des secteurs importants, mais non exclusif, si ce n'est pour certains territoires la priorité économique. L'adhésion la plus large possible de la population et des acteurs économiques est indispensable à la réalisation de cet objectif, l'État de son côté accompagnant par des mesures adaptées les décisions locales.

CHAPITRE I

LE CONSTAT : LE TOURISME, UNE SITUATION PRÉOCCUPANTE DANS TOUT L'OUTRE-MER FRANÇAIS

Diversifié dans ses implantations, ses populations, le niveau de développement économique et social de l'Outre-mer français présente pourtant de nombreuses caractéristiques communes, s'agissant notamment des atouts et des handicaps au développement touristique.

Le tourisme y est une activité relativement récente. C'est surtout à partir du VI^{ème} plan (1971-1975) qu'il prend son essor, notamment aux Antilles. Il s'est surtout fondé sur le balnéaire et a été jugé parfois un peu trop stéréotypé. Il ne répond plus toujours aux évolutions des attentes d'une clientèle qui voyage de plus en plus, opère des choix sur des offres très largement diversifiées et attractives concernant le rapport qualité/prix. Elle devient aussi plus exigeante ; c'est souvent le professionnalisme de la filière et la qualité des produits offerts qui font la différence. L'arrivée d'internet y contribue de façon importante avec ses sites de réservation de dernière minute.

I - RAPPEL DE L'AVIS DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE 1997

Dans l'attente des effets de la mise en œuvre des Comptes économiques rapides pour l'Outre-mer (CEROM), consacrés à des analyses macro-économiques, il est très difficile actuellement de comparer de façon scientifique la situation telle que décrite par le rapporteur Miguel Laventure en 1997 avec celle que nous pouvons constater aujourd'hui car l'appareil statistique est toujours aussi défaillant. Les méthodes de comptage ont elles aussi évolué sans souci d'harmonisation entre les collectivités. Les sources sont différentes selon les collectivités et ne proposent pas de séries longues susceptibles de suivre les évolutions du secteur, notre pays n'étant pas imprégné de la culture de l'évaluation.

Le tourisme est une ressource particulièrement importante pour la quasi-totalité des collectivités d'Outre-mer. Or les données statistiques sont lacunaires. Si l'on connaît bien les arrivées de passagers, le décompte précis des touristes, parmi ces derniers, bien que faisant l'objet d'une définition internationale, est moins aisé. Plus grave encore, les éléments les plus significatifs pour l'économie des pays visités, à savoir le nombre de nuitées hôtelières, et plus encore la recette touristique, n'existent que dans certaines collectivités ou certains pays.

Pour mémoire, quelques tableaux, issus du rapport Laventure figurent en annexe n° 1.

Ces quelques données rappellent s'il le fallait l'intérêt pour tous ces territoires de développer leur économie, par des secteurs susceptibles de créer des emplois compte tenu de leur démographie dynamique et de l'importance de leur taux de chômage. Le tourisme, secteur de services, répond parfaitement à cette préoccupation. Dans l'Outre-mer français le tourisme n'est venu qu'en substitution d'activités traditionnelles qui périlclitaient ou disparaissaient : canne à sucre, banane pour les Antilles et La Réunion, pêche pour Saint-Pierre-et-Miquelon, Centre d'expérimentation du pacifique pour la Polynésie (CEP). Les salariés de ces filières se sont parfois vus poussés vers le tourisme, sans formation professionnelle adaptée, et sans volonté politique clairement affichée localement sur l'intérêt économique, pour la collectivité, de ce secteur.

En 1995, la fréquentation des DOM et TOM était respectivement de 640 000 touristes pour la Guadeloupe, 457 200 pour la Martinique, 172 100 pour la Polynésie, 304 000 pour La Réunion. 7 à 8 % de la population était employée dans ce secteur alors que le taux de chômage variait entre 10 % et 30 % selon les collectivités. Le tourisme occupait alors la part la plus importante dans le PIB en Guadeloupe et ne cessait de s'accroître.

L'avis du Conseil économique et social s'inquiétait déjà de la montée de la concurrence. En effet, dès 1995, les trois zones géographiques concernant les DOM et COM accueillaient 217,3 millions de touristes internationaux pour un montant de recettes estimé à 171,7 millions de dollars alors que nos DOM et COM ne recevaient que 1 % de ce flux, nos tarifs étant jugés déjà trop élevés.

Il observait aussi que la clientèle métropolitaine ne cessait de s'accroître et atteignait, notamment dans la Caraïbe, 75 %, pendant que le marché Nord américain, qui représentait 20 %, s'effondrait, entre 5 et 7 %. Il évoquait aussi d'autres difficultés parmi lesquelles la faible compétitivité, les produits peu diversifiés, l'insuffisance de la promotion et de la desserte aérienne, la question foncière et la complexité du cadre institutionnel.

II - QU'EN EST-IL AUJOURD'HUI ?

La situation constatée sur le terrain laisse un sentiment de malaise chez les politiques et les administratifs. Quant aux professionnels du tourisme, ils n'analysent pas tous de la même manière les causes réelles de leurs difficultés. Ce sentiment de malaise est amplifié par l'évolution de l'insécurité dans certains DOM, relayée par les médias, alors même qu'elle est très inférieure à celle qui règne dans certaines destinations concurrentes. Quelques données chiffrées sont pourtant nécessaires pour comprendre la stagnation voire le recul de ce secteur comparé à l'essor de certains pays émergents situés dans les mêmes zones géographiques. Elles font l'objet de l'annexe n° 2. L'annexe n° 3 retrace les principaux handicaps communs au développement touristique dans l'Outre-mer.

Ces données, outre celles qui ont pu être recueillies sur place, proviennent en grande partie du rapport sur *Le tourisme dans l'Outre-mer français* publié en octobre 2005 par la direction du Tourisme, seul document qui rassemble des données mais qui demandent, pour plus de fiabilité, à être croisées avec d'autres chiffres émanant du même ministère ou de celui de l'Outre-mer, de l'IEDOM, de l'IEOM, de l'ISPF, de l'ISEE de l'INSEE, d'organismes professionnels et des rapports de l'inspection générale des Finances.

A - DANS LES ZONES GÉOGRAPHIQUES

1. La zone Antilles-Guyane

1.1. La Martinique

L'île a accueilli en 2004, 696 301 touristes dont 44 572 plaisanciers, 180 809 excursionnistes, 159 416 croisiéristes. La destination a perdu plus de 230 000 visiteurs depuis 2000 et le flux total a diminué de 11,4 % en 2004 (par rapport à 2003) en raison d'une baisse des excursionnistes (- 40,6 %) qui représentaient 26 % des touristes.

Les plaisanciers (+ 12 %) et les touristes de séjour y compris les affinitaires (+ 4,6 %) demeurent la principale clientèle. Les touristes d'affaires représentent 35 000 visiteurs soit 7,5 % du total grâce à l'ouverture en 1998 du Palais des congrès de Madiana.

L'année 2004 est de nouveau marquée par un très net recul de la croisière (- 40 %). La destination a été abandonnée par le Carnival Destiny (Carnival Cruise Line représentait 73,5 % des escales en 2003) qui a estimé que l'escale ne pratiquait ni réduction des taxes portuaires, ni commissionnement aux compagnies sur les excursions, au contraire de ses rivales caraïbéennes. Quant au Queen Mary II qui avait réalisé en 2004 une dizaine d'escales, il a abandonné cette escale et ne l'inscrit plus dans ses programmes.

Plus de la moitié des touristes sont concentrés dans la période de décembre à avril. 79,4 % sont des métropolitains, ce qui fragilise le secteur trop dépendant de ce mono marché ; 14,1 % proviennent de la Caraïbe et plus particulièrement de la Guadeloupe.

Dans l'hôtellerie le taux d'occupation moyen en 2004 est de 56,4 %, inférieur aux résultats observés dans la zone Caraïbe (67,9 %) et la clientèle martiniquaise (suite à l'opération locale « Partez en vacances en Martinique ») représente près du tiers de la clientèle annuelle de l'hôtellerie martiniquaise.

L'activité des entreprises touristiques crée environ 7 % de la valeur ajoutée brute totale, soit 337 millions d'euros, dépassant ainsi l'agriculture (193 millions d'euros) et le bâtiment (295 millions d'euros) dans l'économie locale.

Selon l'IEDOM, l'année 2005 s'inscrit dans un net recul de la fréquentation de l'île par rapport à l'année précédente (- 8,2 %) avec 639 000 touristes. La légère reprise des touristes de séjour (2,3 %) ne compense pas la perte des croisiéristes (- 41,6 %).

Le parc hôtelier construit grâce à la défiscalisation est vieillissant et a peu bénéficié de rénovation. Il n'offre plus le confort, les équipements et services attendus par une clientèle qui trouve dans la zone géographique une offre plus conforme à ses attentes et à un moindre coût. La faible rentabilité conduit plus souvent les exploitants à la fermeture qu'à la remise à niveau. C'est ainsi qu'un certain nombre d'établissements ont été vendus à la découpe en résidences privées.

Les raisons les plus souvent évoquées par les professionnels et dans certains rapports pour expliquer la perte de parts de marché sont : le manque de sièges et la hausse du prix des billets d'avions (période de pointe des congés en même temps que celle des Domiens et des affinitaires), le coût élevé, relativement aux autres destinations touristiques de la zone et la moindre qualité des services et de l'accueil.

Concernant la plaisance, de gros investissements ont été réalisés, 298 navires ont bénéficié de la défiscalisation :

- 223 bateaux de location proprement dite (avec équipage coque nue) ;
- 42 bateaux de croisière (locations à la cabine) ;
- 23 bateaux pouvant être affectés indifféremment à l'une ou à l'autre.

Il faut noter que la moitié de ces bateaux, bien que basés en Martinique, sont immatriculés en Guadeloupe où ils bénéficient d'une exonération de l'octroi de mer. L'essentiel de l'activité de location se concentre au Marin, port idéalement situé au Sud de l'île de la Martinique, devenu un pôle internationalement reconnu pour la navigation de plaisance mais qui aujourd'hui arrive à saturation de sa capacité.

En 1996 on comptait 411 bateaux en location. Le « contingentement » mis en place par l'administration du fait des dérives constatées pose aujourd'hui le problème du renouvellement de cette flotte vieillissante.

47 entreprises directement liées à la plaisance ont été créées en 2004 et 2005 (avitaillement, entretien, accastillage etc.), elles procurent 170 emplois directs (souvent saisonniers) et un nombre mal connu d'emplois indirects. Ces structures familiales sont souvent fragiles.

1.2. La Guadeloupe

L'archipel comprend deux îles principales séparées par un bras de mer (Grande Terre et Basse Terre) et cinq autres : la Désirade, les Saintes, Marie Galante et les îles du Nord, qui vont bientôt bénéficier d'un statut particulier, Saint-Martin et Saint-Barthélemy.

Depuis cinq ans, précédant les événements du 11 septembre 2001, le flux des touristes sur les deux îles principales était en constante diminution ; la désaffection se faisant principalement dans la zone au profit de Cuba et de la République Dominicaine. Les causes les plus souvent évoquées pour expliquer ce phénomène sont la faiblesse de la desserte aérienne, la fréquence des conflits liés à des problèmes sociaux et les coûts jugés trop élevés.

On estime à 575 000 l'arrivée des visiteurs dans l'archipel en 2004 soit 39 000 de plus qu'en 2003. 75,8 % viennent de métropole, 14,5 % de collectivités Outre-mer, 6,8 % d'Europe et seulement 1,9 % d'Amérique du Nord.

Selon l'enquête conduite en 2005 par l'INSEE, à la demande du Groupement des hôteliers de la Guadeloupe (GHTG) et de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI), 380 000 visiteurs seraient arrivés dans l'archipel, 370 000 d'entre eux y auraient séjourné.

Malgré une baisse du prix moyen des chambres, le taux d'occupation moyen s'établit à moins de 50 % selon le groupement des hôteliers GHTG, soit - 15 % par rapport à 2000. La fréquentation bénéficie surtout aux petites structures hôtelières, gîtes et hébergement chez l'habitant alors que l'hôtellerie classée perd 750 chambres en 2005 et 350 en 2006 (source GHTG et DRT). La fermeture de ces établissements (Marissol, Callinago au Gosier, Kaye'la à Saint-François et Petite Anse à Bouillante), vendus le plus souvent à la découpe en résidences privées, a conduit à la perte de 400 emplois pour la seule année 2005, pour les hôtels ayant fermé ; perte à laquelle il faut ajouter la diminution de 200 emplois pour les hôtels en activité (régression des effectifs due à la baisse d'activité), soit une diminution de 600 emplois sur 1 800 dans les grands hôtels (30 %).

D'une manière générale le parc hôtelier (67 % classé en 3 étoiles) est vieillissant, les prestations et le service ne répondent pas aux attentes de la clientèle. Ceci tient pour l'essentiel au fait que le parc hôtelier est âgé (entre dix et vingt ans d'âge) et ne correspond pas à la conception actuelle des prestations hôtelières attendues. Des opérations de modernisation des établissements ont été entreprises grâce aux fonds publics programmés dans le cadre des deux derniers DOCUP, mais celles-ci ont permis tout au plus un « rafraîchissement » des structures alors qu'il aurait fallu une véritable refonte des produits proposés. Les petites structures, les gîtes et autres formes d'hébergement plus proches de la population et proposant un accueil plus personnalisé semblent répondre aux attentes d'une clientèle spécifique. Leur classement et leur homologation seraient à l'étude.

En 2005, le nombre de croisiéristes est en recul de 29,8 %, la croisière de transit affiche une baisse de 56,9 % de ses passagers alors que la croisière basée n'en perd que 13,2 %.

La croisière de plaisance, développée dans les années 90 grâce à la loi Pons, et qui représentait en 1995 16 compagnies pour 450 bateaux, s'est réduite à 125 bâtiments en 2000... et à 40 en 2004 !

Le total des dépenses touristiques s'élève à 400 millions d'euros, dont la moitié est consacrée à l'hébergement. Le tourisme est estimé à 10 % du PIB régional et représente 8 994 emplois directs.

Pour l'année 2005, selon l'enquête aux frontières, réalisée par l'INSEE à la demande du Conseil régional afin de palier l'absence de statistiques hôtelières depuis 2002, les performances de la Guadeloupe en matière touristique s'inscrivent en baisse et l'activité de l'aéroport accuse une chute de 1 % du nombre de voyageurs. La métropole, avec un taux de 91,6 % reste le principal marché émetteur, avec une proportion d'affinitaire de 53 %. Les arrivées par les agences de voyage ne représentent que 19 %. Sur les cinq millions de nuitées, 28 % seulement profitent à l'hôtellerie, 16 % aux logements saisonniers, 10 % aux gîtes, 42 % logeant dans la famille pour des séjours de plus longue durée.

a) Saint-Martin

Cette île est partagée politiquement entre une partie française au Nord classée en zone franche et une partie hollandaise au Sud. Contrairement aux autres territoires français de la zone, elle accueille une clientèle nord-américaine importante, des Européens et des Sud-Américains.

Bien que l'île soit une des premières destinations au monde pour la croisière (1 348 450 passagers par an), la partie française ne dispose pas de quai approprié pour les bateaux de croisière alors que la partie hollandaise, bien équipée, peut en recevoir quatre simultanément !

L'île a bénéficié massivement des premières mesures de défiscalisation dès 1982. Elle est la première à en sortir et on constate aujourd'hui la fermeture d'établissements revendus en immobilier résidentiel par leurs investisseurs faute de rentabilité suffisante. Si en 2004, on dénombrait 44 hôtels et 5 142 lits, depuis, huit hôtels ont été fermés ou vendus à la découpe, voire squattés.

La partie hollandaise est, elle, en pleine expansion économique et l'aéroport de Juliana est devenu un véritable hub pour la zone caraïbe. L'aéroport Grand Case de la partie française, de dimension très réduite et nettement sous-équipé, n'occupe qu'une faible part du trafic régional.

Par ailleurs, la partie française souffre de problèmes d'assainissement et de pollution de son lagon d'après les Saint-Martinois rencontrés par la mission. On constate aussi une forte délinquance qui génère une insécurité. L'immigration clandestine est très importante. 30 % des délits seraient imputables à des Saint-Martinois en lien avec la drogue. Selon le rapport du sénateur Roland du Luart en 2003, du fait de la proximité de zones favorables au blanchiment d'argent des soupçons se porteraient sur certains investissements.

b) Saint-Barthélemy

Au nord-ouest de la Guadeloupe (230 km), cette petite île de 21 km², aride, présente une activité économique très dynamique. L'île est réputée depuis les années 80 pour la qualité de ses infrastructures hôtelières, son calme et sa sécurité.

48 % de ses visiteurs sont métropolitains et antillais, 38 % américains.

L'île affiche une bonne santé touristique, qui ne se dément pas depuis des années.

On dénombre, en 2004, 27 hôtels et 400 villas pour environ 2 000 lits, avec un taux d'occupation moyen de 70 %. Il s'agit d'établissements de petite taille (40 chambres maximum) adaptés à la dimension de l'île. Une stratégie globale a été définie depuis des années, voulue et maintenue tant par les élus que par les professionnels. Son affichage « haut de gamme » est très réel : villas locatives de grand standing et présence de toutes les grandes enseignes (maroquinerie, vêtements, joaillerie) mais de nombreux commerces proposent aussi des produits touristiques de moyenne gamme. Le tout accompagné de services performants (traiteurs et multiples services à domicile ou sur les bateaux) et d'animations sportives, culturelles et festives toute l'année. La rotation continue des compagnies aériennes sur l'aéroport rénové et sécurisé : Air Caraïbe, Air Antilles Express, Saint Barth Commuter, Windward Island Airways et jets privés assurent la desserte.

L'environnement est une priorité constante et une troisième station de désalinisation HQE est en cours d'installation. Elle doit permettre la récupération de l'énergie pour la climatisation.

L'île bénéficie aussi d'infrastructures routières de bonne qualité.

Les seuls points difficiles sont le recrutement des salariés saisonniers, souvent venus de métropole, et leur hébergement.

L'activité croisière, en provenance des îles Vierges, de Moani, de Saint-Martin ou de Porto Rico a augmenté de 578 % (6 300) en 2004 et le yachting de 18,6 % (33 072) en dépit de l'absence de port en eaux profondes.

1.3. La Guyane

Seul territoire continental de l'Outre-mer, ce département est recouvert à 94 % par la forêt amazonienne et manque cruellement d'infrastructures routières permettant d'y accéder. Le tourisme, faiblement développé en dehors des actions menées à ce sujet par le Centre spatial guyanais (CSG) de Kourou, reste « un rêve ».

Il est difficile d'évaluer le nombre réel de touristes d'agrément du fait de l'activité du CSG de Kourou dont le nombre d'invités aux lancements est en hausse pour 2004 de 44 % (9 162). Une estimation de 40 000 touristes paraît plus réaliste que la « Fréquentation des sites touristiques » évoquée dans le rapport *Tourisme dans l'Outre-mer 2005* - et qui additionne le nombre de visiteurs dans

les différents sites touristiques (CSG, lancements d'Ariane, Musée de l'espace, camps de la Transportation, îles du Salut, musées et parc animalier etc.) pour arriver ainsi à un total de... 112 726 !

Le Comité du tourisme guyanais estimait à 65 000 le nombre de touristes et visiteurs en 2003 et l'activité du Centre spatial en représentait déjà 28 000 ! La clientèle d'affaires est estimée à 66,9 % essentiellement française, les étrangers ne représentant que 13,3 %.

Avec 27 hôtels, dont seulement quinze classés mais qui nécessitent tous des rénovations urgentes, et 43 autres hébergements (résidences, chambres d'hôtes, meublés et gîtes), la Guyane ne peut prétendre accueillir actuellement un nombre important de touristes d'agrément. L'hébergement ne concerne que 37 % des touristes. Le taux d'occupation des hôtels fluctue en fonction de l'activité du centre spatial. Il se situait à 46,6 % en 2004 (50,5 % en 2003).

Confrontée à des tensions au sein de la société, à une immigration clandestine importante et une insécurité due en partie aux clandestins, à la consommation de drogue et d'alcool, à l'importation illicite et à l'orpaillage clandestin, la Guyane n'a pas encore pu construire une image de destination touristique malgré ses atouts de faune et de flore incomparables. Elle s'est pourtant dotée d'un budget de promotion de 3,2 millions d'euros sur trois ans investi pour l'essentiel dans une campagne de communication alors qu'aucun produit touristique correspondant à l'image ne peut être offert actuellement.

Il existe toutefois un grand projet de complexe hôtelier destiné à une clientèle de proximité notamment brésilienne et surinamienne avec Casino, spa et thalassothérapie à Saint-Laurent du Maroni. Quant au parc national dont parlait déjà en 1997 Miguel Laventure, sa création vient seulement d'être actée en octobre 2006. Enfin, alors que la forêt est omniprésente sur cet immense territoire, il n'existe pas de filière bois et même l'artisanat d'objets sculptés est souvent importé du Brésil. Cependant, un artisanat local commence à se développer.

2. La zone de l'océan Indien

2.1. La Réunion

La Réunion doit faire face à un problème de positionnement, avec une offre touristique balnéaire qui ne se démarque pas suffisamment de celle des pays de la Caraïbe mieux placés en termes de prix et mieux pourvus en infrastructures hôtelières.

On ne peut que regretter la fermeture d'établissements hôteliers construits sur le littoral, ou transformés en résidences particulières alors que l'accès à la mer est des plus limité sur cette île au relief volcanique et que l'hébergement du tourisme intérieur n'a pas été suffisamment développé.

En 2004, 80 % des 430 000 touristes étaient d'origine métropolitaine dont 41 % affinitaires, ce que confirme l'augmentation de l'hébergement chez les amis ou la famille (46,4 % du total). L'hébergement en hôtels reculait (53,6 %) ainsi que dans les gîtes et les villages de vacances (- 25,3 %). La crise du chikungunya depuis 2005 a servi de détonateur d'une situation qui se dégradait déjà depuis quelques années. Dix hôtels ont été fermés, ou revendus en logements privés, ou encore transformés comme à Saint-Leu en maison de retraite. En 2005 (chiffres IEDOM), la fréquentation de l'île a de nouveau chuté, de 4,9 % avec 409 000 touristes dont 184 400 touristes affinitaires en hausse de 2,3 %, 161 900 touristes d'agrément, 46 900 touristes d'affaires en recul respectivement de 11,5 % et 9 %. Ces chiffres se traduisent par une diminution du nombre de nuitées de cinq points, soit un taux de fréquentation des hôtels de 57,8 %.

Le plan de prévention des risques limite les possibilités de terrains constructibles et accentue la pression foncière dans une île où la forte démographie impose une importante construction de logements. Les infrastructures routières de la côte ouest, au pied des falaises, et longeant la côte, posent des problèmes de sécurité de plus en plus importants et sont saturés.

L'offre hôtelière est implantée essentiellement dans trois zones : Saint-Denis accueille la clientèle d'affaires, la région de l'ouest (Saint-Paul, Saint-Gilles, Saint-Leu) le tourisme balnéaire, les régions des hauts et du sud sont dotées de petites structures hôtelières, de gîtes et de chambres d'hôtes en faible densité.

Si 19 escales de croisières ont été enregistrées en 2004 contre 17 en 2003, on note que ces deux escales supplémentaires n'ont pas entraîné une hausse du nombre de passagers : 10 006, en baisse de - 2 % par rapport à 2003. Le trafic passager avec l'île Maurice a régressé de 5,4 % (29 041) malgré 142 escales à La Réunion du Mauritius Pride et du Mauritius Trochetia. L'ensemble des dépenses touristiques atteint 314,4 millions d'euros en 2004.

2.2. Mayotte

Cette petite île située au nord-est de Madagascar souffre de sa double insularité (géographique et obligation de passer par La Réunion), de son manque d'infrastructures hôtelières et routières, et de la plupart des équipements essentiels à son développement. Bien qu'elle soit encore une destination mal connue dans la zone de l'océan Indien, elle a reçu environ 32 000 touristes en 2004, soit une augmentation de 39 % (18 000 réunionnais et 8 200 métropolitains) ; 29 % des touristes sont des affinitaires. On dénombre huit hôtels classés et 106 chambres d'hôtes, 34 meublés soit en tout 152 chambres.

En dehors du projet d'hôtel de 115 chambres à la pointe Koungou, d'autres projets, dont certains traînent depuis huit ans, tardent à se concrétiser en raison notamment du problème foncier non résolu. En effet, le droit foncier très ancré dans les coutumes locales rend impossible, pour les investisseurs, un montage

concret, paralysant toute possibilité de développement significatif. L'importante immigration clandestine qui s'installe en dehors de toutes règles ne permet pas d'améliorer la lisibilité foncière de l'île.

Les petites structures, malgré, une sensible volonté locale, ne trouvent pas d'accompagnement d'ingénierie pour passer les obstacles administratifs qu'elles appréhendent mal, les aides financières étant accordées selon des procédures complexes et peu claires.

Il faut souligner l'importance du tourisme de croisière à Mayotte en raison de la richesse et de la beauté de son lagon. En 2004, 40 escales, soit trois supplémentaires, ont permis à 6 522 passagers de venir à Mayotte.

Il n'est pas certain que la population accepte, sans une réelle politique de sensibilisation, un afflux de touristes susceptible de bouleverser sa culture traditionnelle mahoraise.

3. Dans la zone Pacifique

3.1. La Polynésie française

Située dans la zone Pacifique Sud, la Polynésie française compte 118 îles regroupées en archipels.

Contrairement aux autres collectivités et départements d'Outre-mer, la Polynésie française s'est dotée dès le départ du développement touristique d'études stratégiques et d'outils d'évaluation, dans un schéma global mobilisant les élus, les professionnels et la population.

La fréquentation s'est stabilisée depuis les attentats du 11 septembre 2001 avec 211 893 touristes accueillis en 2004 contre 208 067 en 2005. Selon l'IEOM, elle s'accompagne d'une baisse de nombre des nuitées de 2,6 % (2 861 209 en 2004 contre 2 787 046 en 2005) ainsi que d'un raccourcissement des séjours (13,50 jours en 2004 contre 13,39 en 2005) qui pénalise davantage les particuliers que les hôteliers qui continuent à accueillir 80 % des touristes. Pourtant les pouvoirs publics locaux ont depuis longtemps inscrit le tourisme comme axe prioritaire de leur développement économique.

Deux types d'hôtellerie coexistent : la petite hôtellerie, pensions de famille et meublés, surtout fréquentée par les résidents et les affinitaires, et l'hôtellerie classée, souvent adossée à de grandes chaînes internationales mais dont les opérateurs et propriétaires sont locaux. Cette hôtellerie reste concentrée à 85 % sur les îles les plus connues : Tahiti (mais souvent destinations de transit avant le départ vers d'autres îles), Moorea et Bora Bora. Le parc regroupe 49 hôtels classés avec 3 326 chambres. Les établissements non classés comptent 1 280 chambres dans 259 structures. Le taux d'occupation est de 62,5 % en 2005 (62,8 % en 2004).

Le tourisme de croisière, en pleine expansion dans le monde, répond à une demande forte des États-Unis, principal pays émetteur. Cependant on constate, pour la troisième année consécutive, une diminution du nombre de croisiéristes (48 797 en 2003, 46 000 en 2004 et 40 504 en 2005). Pour ce qui concerne l'année 2005, il faut signaler la défection Windstar en décembre 2004 et la réduction des escales du Pacific Princess.

Depuis 1995, une politique active d'incitation à l'implantation de navires de croisière a été menée par le gouvernement local. Malgré la faillite de la compagnie Renaissance Cruise, conséquence des attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis, la Polynésie française compte six navires de croisière naviguant en permanence dans son espace maritime et deux y naviguant régulièrement. Elle reçoit également des paquebots en croisière internationale à raison d'une vingtaine d'escales par an.

Ces touristes d'escale déplorent souvent le manque d'animation à terre, la faiblesse de l'offre de produits touristiques (excursions en ville ou à l'intérieur des îles, expositions...), les horaires d'ouverture des commerces, restaurants, musées... trop limités, leur fermeture le week-end, l'insuffisance d'artisanat local, les tarifs exorbitants, y compris ceux des taxis et autres types de transports.

Le secteur, soutenu par les pouvoirs publics locaux, avec une promotion reposant sur le GIE Tahiti Tourisme, accompagné par les plus prestigieuses chaînes hôtelières ne présente pas des résultats répondant aux espoirs.

Le plateau hôtelier (bâti) est de tout premier ordre et le « mythe » polynésien, quoique ayant longtemps perduré, ne suffit plus à porter le produit. Le GIE Tourisme, devant cette perte de compétitivité, a réagi par une étude marketing dans laquelle il constate « *qu'il n'a pas de clientèle mais un simple achalandage, c'est-à-dire des clients seulement occasionnels* » et « *qu'un véritable fossé se creuse entre l'image de la destination et sa réalité* ». C'est pourquoi il se pose la question de savoir s'il faut « *adapter le positionnement à la réalité de l'offre ou hisser l'offre au niveau du positionnement ?* », reconnaissant que « *Tahiti reste un rêve, mais un rêve imparfaitement aménagé* ».

Suivent dans la réflexion les constats de produits perdant en substance, en intérêt et en compétitivité, une perte de repères sur les marchés et une perte de cohérence dans la chaîne de communication jugée excessive et encore trop axée sur le mythe. La vision réductrice du « voyage d'une vie » induit un « one shot » qui explique le faible taux de retour qui n'atteint pas les 10 %.

Il faut saluer cet auto-diagnostic sans complaisance qui montre une fois encore le professionnalisme et la culture d'évaluation de ce territoire que l'on ne retrouve pas ailleurs.

3.2. *La Nouvelle-Calédonie*

Situé dans le Pacifique Sud à 1 500 km à l'Est des côtes australiennes, l'archipel est divisé en trois provinces : la Province Sud, la plus développée économiquement et la plus peuplée, la Province Nord, plus montagneuse et plus traditionnelle culturellement, et la Province Îles, chacune ayant son propre GIE Tourisme.

Le nombre de touristes de séjour stagne depuis 1995 autour de 100 000. On note en 2005 une légère augmentation (1,1 %) avec 100 651 touristes parmi lesquels une belle progression des Japonais (31 486 soit 7,7 % de plus que l'année précédente) grâce à la nouvelle rotation d'Air Calin sur Osaka, une relative stabilité des métropolitains (27 727), qui représentent la deuxième clientèle, et une très légère décline des Australiens (- 0,9 %) et des Néo-Zélandais (- 0,6 %). Il faut noter que 90 % des Japonais et 78 % des Néo-Zélandais ont recours à des forfaits. L'activité hôtelière marque une hausse de fréquentation de 2,9 % et une durée moyenne des séjours de 4,4 jours soit 649 534 nuitées. La capacité a fluctué au rythme des fermetures (Club Med - Surf Novotel) et des ouvertures (Casa del Sol, Coral Palms, Ramada Plaza).

Nouméa concentre 57 % du parc d'hôtels (61 hôtels, dont 3, 4 étoiles et 4 étoiles luxe) pour 4 925 chambres. Les résidences, campings (75), auberges de jeunesse et gîtes totalisent 184 établissements pour 7 204 lits, essentiellement dans la Province Sud. Enfin, l'hôtellerie est le premier employeur du secteur du tourisme avec 1 488 salariés et 644 pour la restauration.

Certes les événements antérieurs et l'insécurité qui en a découlé n'ont pas encouragé fortement les investissements, hormis dans la Province Sud où c'est à l'initiative de la collectivité qu'ont été créés le Méridien Nouméa puis celui de l'île des Pins, déclenchant ensuite d'autres investissements par des investisseurs privés - essentiellement sur Nouméa et l'île des Pins. La croisière affiche de bons résultats avec 81 215 croisiéristes, soit une hausse de 5,3 % par rapport à 2004. Ceux-ci sont à 80 % australiens, transportés par le Pacific Sky. Le nombre de plaisanciers répertoriés (uniquement Nouméa) est de 1 277.

Comme le rappelle l'avis du Conseil économique et social de Nouvelle-Calédonie, la fermeture du Club Med en 2002, du Surf Novotel, les conflits sociaux incessants (souvent liés au nickel), les blocages et les annulations de vols ont fortement entaché la destination et ont dévalué son positionnement.

La faible densité des structures d'hébergement dans la province Nord et le peu de sensibilisation au tourisme de la population canaque, malgré de remarquables réalisations des élus de Hienghène (office du tourisme, aménagement des bords de fleuve, chemins de randonnées aménagées), ne permettent pas d'envisager « l'explosion » d'une filière touristique rapide.

Suite aux assises du tourisme en 2004, un comité de pilotage du tourisme réunissant les trois Provinces, a élaboré un Plan de développement touristique. Celui-ci prévoit l'augmentation capacitaire des 2 400 chambres, avec un objectif de + 180 700 touristes en 2009, et recommande d'utiliser les « sites remarquables » pour la construction d'hôtels de prestige, « resorts » internationaux et hôtels « authentiques ».

Parallèlement, le plan estime nécessaire une optimisation systématique du programme d'Air Calin sur certains axes (Auckland, Sydney, Papeete), l'organisation d'autres acheminements alternatifs Nouméa Paris par d'autres alliances et éventuellement *in fine* l'ouverture d'une ligne directe avec les États-Unis.

Si l'on peut saluer la réflexion et la volonté de stratégie, on manque de lisibilité sur les marchés cibles et sur « l'image » à construire.

Les marchés de proximité étant australien, néo-zélandais et japonais, la « french touch » n'est-elle pas trop prépondérante ? La culture mélanésienne pourtant très riche et très ancienne ne devrait-elle pas être davantage mise en valeur sur les provinces Nord et des îles ? La fierté, légitime, de faire connaître sa culture pourrait inciter les populations à s'ouvrir, à favoriser la rencontre avec des touristes et à s'inscrire plus facilement dans cette filière en lui apportant une identité forte et recherchée, à l'instar de ce qui se fait au Vanuatu.

Si 950 000 Australiens ont visité l'Océanie en 2003, seulement 0,5 % d'entre eux ont été attirés par la Nouvelle-Calédonie, perçue comme trop onéreuse comparée à Fidji et au Vanuatu. Pour la Nouvelle-Zélande, la Nouvelle-Calédonie est passée de la 17^{ème} à la 25^{ème} place des destinations visitées, en recul de 22,6 % du nombre de visiteurs.

Le tourisme local (résident) est en fort développement dans la Province Nord et celle des Îles dans les catégories 1 et 2 étoiles.

Les dépenses touristiques 2003 représentent 138,3 millions d'euros. En 1999, la contribution du tourisme au PIB était de 3,7 % pour l'ensemble des touristes, les postes loisirs et souvenirs ne représentent que 13,2 % des dépenses globales.

3.3. Wallis et Futuna

Les îles de Wallis et de Futuna sont situées dans la zone Pacifique Sud-Ouest. Ces îles ont une société traditionnelle où le tourisme n'a pas encore trouvé sa place du fait de leur capacité d'hébergement faible mais en progression (37 chambres à Wallis, 17 à Futuna) et de liaisons aériennes insuffisantes (deux vols hebdomadaires par Air Calin sur Nouméa) avec les pays émetteurs de touristes à destination du Pacifique sud.

Cependant ces îles possèdent des sites naturels attrayants et bien préservés (lacs de cratères, îlots sauvages et lagons), des manifestations coutumières vivantes et colorées et une culture polynésienne authentique, ainsi que des fonds marins remarquables.

La propriété foncière, en l'absence d'un cadre juridique, ne permet pas d'investissements de la part des opérateurs potentiels et il n'existe pratiquement pas d'infrastructures de services (location de bateaux, de voitures, excursions...). L'artisanat d'art (tapas, vannerie, sculptures sur bois ou coquillages) du fait de la faible demande ne travaille qu'à la commande.

Il n'est donc pas étonnant que le seul projet identifié (présenté à notre collègue Bilquez lors de son séjour sur ce territoire) consiste en un bateau hôtel casino off-shore, projet dont la crédibilité et l'intérêt pour ces îles demandent une étude plus approfondie.

On peut aussi s'interroger sur la volonté de la collectivité d'inscrire le développement du tourisme comme priorité dans son action.

4. La zone Atlantique Nord

4.1. Saint-Pierre-et-Miquelon

Ce petit archipel de 242 km², peuplé d'un peu plus de 6 300 habitants avait, jusqu'en 1992, une économie en grande partie basée sur la pêche industrielle et la transformation du poisson ; deux décisions vont toucher l'archipel : celle du tribunal international de New-York qui réduit considérablement sa zone exclusive, et celle du Canada qui décide d'un moratoire sur la morue pour préserver la ressource halieutique. Depuis cette date, l'archipel est à la recherche d'activité économique de substitution. Le tourisme est l'un des axes de diversification possible et à fait l'objet d'états généraux du tourisme en 2000.

Cette réflexion était alors surtout portée par les professionnels, hôteliers, restaurateurs, logeurs, commerçants regroupés au sein d'une association « Le Phare » relayée par l'organisme consulaire la CACIM. Depuis, une charte de qualité a été mise en place. Un effort linguistique développé à travers le franco-forum favorise l'immersion de visiteurs et d'étudiants pour des séjours de courte ou moyenne durée. Une section BEP hôtellerie restauration a été ouverte au sein du lycée professionnel. Artisanat et art (peinture) se développent de même que les manifestations et expositions. On est au tout début d'une démarche coordonnée pour un développement touristique significatif. Un diagnostic a été établi par la Société de développement et de promotion de l'archipel (Sodepar) pour le développement d'une stratégie touristique en 2006. Le positionnement retenu pour Saint-Pierre-et-Miquelon est celui d'une « île française » en Amérique du Nord.

Selon l'IEDOM, Saint-Pierre-et-Miquelon a reçu, en 2005, 26 932 touristes (26 716 en 2004). Les escales de sept bateaux ont permis l'arrivée de 2 717 croisiéristes. 75 % sont Canadiens, mais on compte 12,5 % d'Américains et 9,5 % de Français. Leur consommation de produits touristiques est estimée à deux millions d'euros.

Le parc hôtelier comporte à ce jour 150 chambres à Saint-Pierre dont 68 chambres dans trois hôtels 3 étoiles, dont deux en grande difficulté, 36 chambres chez l'habitant et le reste en motels et studios, et vingt chambres à Miquelon dont dix studios dans un motel pouvant accueillir de une à quatre personnes. Tous ces hébergements ne sont occupés qu'une faible partie de l'année (taux d'occupation de 55 à 65 % en haute saison qui ne dure que trois à quatre mois et de 25 à 35 % en basse saison), ce qui menace leur rentabilité et leur pérennité. Une Agence régionale du tourisme (ART) et un Service loisir accueil (SLA) ont en charge la promotion et la commercialisation des produits touristiques fondées sur le positionnement différenciateur de Saint-Pierre-et-Miquelon dans l'Atlantique Nord pour attirer une clientèle d'abord canadienne séduite par un accueil chaleureux, un patrimoine bien valorisé et des activités diversifiées.

Saint-Pierre-et-Miquelon est desservi à partir de Montréal, Halifax, Moncton, Saint Pierre de Terre Neuve et Sydney par la compagnie Air Saint-Pierre dont le nombre de passagers diminue depuis trois ans alors que la compagnie dispose d'une capacité permettant un développement plus important.

La liaison entre Saint-Pierre et Miquelon est assurée par un ferry SPM Express qui relie aussi l'archipel à Saint-Jean de Terre Neuve mais dont la rentabilité et la pérennité ne sont pas assurées.

*
* *

Différents facteurs concourent, selon nous, à ces constats préoccupants. Dans les politiques mises en œuvre peuvent être citées : l'insuffisante prise en compte de l'intérêt du tourisme dans les économies locales par les élus, une concurrence régionale accrue, la faiblesse de la filière touristique et enfin la complexité de la loi d'orientation pour l'Outre-mer en particulier dans la mise en œuvre de certaines mesures de défiscalisation.

B - DANS LES POLITIQUES MISES EN ŒUVRE

1. Une volonté locale qui n'affiche pas toujours ses objectifs

Il faut redire que le tourisme est avant tout une compétence locale et c'est à ce niveau que la mobilisation de l'ensemble de la collectivité doit se fonder. L'échelon national *« doit pouvoir accompagner les projets en apportant les moyens financier et l'ingénierie nécessaires à leur bonne réalisation »*.

Le tourisme ne peut s'imposer, c'est l'affaire de tous et chacun doit être convaincu de son intérêt pour l'avenir de la collectivité. Le réalisme économique doit conduire les autorités locales à diffuser ce message pour faire adhérer la population à ce projet de développement. La petite dimension et l'insularité de ces collectivités, hormis la Guyane, milite en faveur d'un tourisme réparti dans le temps et dans l'espace, soucieux de l'environnement qui est son atout premier.

Il existe des schémas de développement du tourisme dans les DOM, sauf en Guadeloupe où il est en cours d'élaboration, et un comité du tourisme dans chacun d'entre eux, présidé par un élu. Ces comités très majoritairement financés par les régions font, comme d'ailleurs en métropole, une place encore trop limitée dans leur représentation aux professionnels du secteur. Ces derniers estiment être tenus à l'écart des projets qui les concernent au premier chef alors qu'ils voudraient en être partie prenante. En Guyane et en Martinique, par exemple, ils se sont constitués en association ou en fédération pour faire entendre leur position.

Mayotte, qui élabore son schéma de développement du tourisme sur 15-20 ans avec l'appui d'ODIT France, s'est dotée d'un comité départemental du tourisme (budget 1 486 000 €) qui ambitionne à terme l'accueil de 100 000 touristes (40 000 en 2005, 32 000 en 2004 et 23 000 en 2003). Mais tout reste à faire en matière d'infrastructures, d'équipements, d'hébergements et de sensibilisation de la population.

En **Polynésie**, où le tourisme représente la deuxième ressource du pays après les transferts de l'État, un GIE tourisme a été mis en place et vient de modifier son schéma directeur du tourisme qui, tirant les leçons du passé, veut changer de cap en sortant du mythe « paradis », « honey moon » pour offrir des produits plus diversifiés, être plus réactif aux évolutions des attentes de la clientèle et tenter de la fidéliser.

En **Nouvelle-Calédonie**, et suite aux évolutions statutaires qui ont confié à chacune des trois provinces (Province Nord, Province Îles et Province Sud) la compétence tourisme, un accord a été enfin trouvé pour parler d'une même voix et promouvoir l'ensemble du territoire sur les marchés extérieurs. C'est l'objet du plan de développement. Il a été élaboré par KPMG, sur financement public, qui a d'ailleurs réalisé la plupart des études de ce type pour tout le développement du tourisme dans l'Outre-mer. Ce plan vient d'être validé par les trois provinces et l'ensemble des professionnels. Le GIE a retenu des projets de

complexes hôteliers importants (thalassothérapie, spa, golfs...) hors de Nouméa, mais restent en suspend la question foncière, la nécessaire adhésion de la population, et l'arrivée de nouveaux touristes, en particulier ceux de la zone géographique proche : australiens, néo-zélandais, chinois...

Dans cette collectivité, l'ensemble de la population, toutes origines confondues, ne perçoit pas comme important le développement du tourisme, convaincu que les revenus du nickel continueront à se déverser, alors que le secteur minier ne sera jamais en capacité d'offrir les emplois nécessaires pour répondre à l'essor démographique.

Enfin à **Saint-Pierre-et-Miquelon**, suite à la crise de la morue, le tourisme est apparu comme l'une des alternatives économiques intéressantes. Le conseil général vient de faire établir par la Sodepar en juillet 2006, suite au rapport de mission de l'Agence française d'ingénierie touristique (AFIT) en 2000, un diagnostic portant sur le développement touristique de l'archipel. Le document, réaliste dans ses ambitions, propose une série d'actions pour les cinq années à venir impliquant et responsabilisant l'ensemble des acteurs. Les marchés visés sont prioritairement les provinces maritimes canadiennes et à un moindre degré les Américains de la côte Est, et les produits proposés sont en relation avec la culture, le passé commun et la pleine nature.

2. Une concurrence qui s'accroît

Lorsque le tourisme a commencé à se développer dans la Caraïbe, les Antilles françaises ont agi en précurseurs et cette destination lointaine et combien exotique était alors considérée comme une destination haut de gamme. Il en fut de même dans le Pacifique Sud. Depuis, le paysage s'est modifié d'une part en raison de la démocratisation du transport aérien et du tourisme lui-même avec le développement du tourisme de masse et d'autre part avec l'émergence de nouvelles destinations. L'élévation du niveau de vie dans les pays industrialisés avec pour corollaire l'essor du tourisme et l'allongement de la durée des vacances et leur fractionnement y ont aussi contribué.

L'Outre-mer français n'a pas anticipé ni même su s'adapter à ces évolutions socioéconomiques en proposant des produits nouveaux répondant aux attentes de la clientèle qui, il faut bien le répéter, n'est plus une clientèle captive comme l'ont longtemps été les métropolitains. Cette fréquentation (70 à 80 % dans les départements d'Outre-mer, de 40 % à 30 % dans le Pacifique) s'en est détourné au profit des destinations émergentes. D'une manière générale, celles-ci, dotées d'un parc hôtelier récent, offrent des équipements, des services et une animation de qualité pour un coût nettement moins élevé. Elles bénéficient en outre, tout comme l'Outre-mer français, de financements de l'AFD au travers de programmes de coopération. Cet accompagnement interpelle notre assemblée car il ne fait qu'accentuer la concurrence au détriment de nos collectivités.

Dans la Caraïbe c'est en particulier le cas de la **République Dominicaine** qui a fait du tourisme sa priorité, lequel représente désormais la première source de devises, précédant la culture traditionnelle de la canne à sucre.

En 2004, ce territoire a accueilli 2 870 000 touristes, soit 4,3 % de plus que l'année précédente. Si les Américains sont les plus nombreux (67 %), les Français avec 300 000 visiteurs en 2003 et 2004, devançant toujours les autres Européens. Le succès actuel repose sur un tourisme de masse, grâce à des prix bas, une offre diversifiée, des formules de séjours balnéaires « tout compris », ou à thème (golf, plongée, randonnée...) des circuits, des croisières, mais aussi des programmes à la carte. Ce territoire entend aujourd'hui repositionner sa destination vers le haut de gamme. Selon la mission économique de l'ambassade de France en République Dominicaine, des objectifs s'appuyant sur des schémas directeurs de développement ont été mis en place pour l'aménagement de Punta Cana Bvaro, de la zone Sud-Ouest, de la province de Samana avec hôtels de luxe, marinas, port de croisière, golfs... Un aéroport international et des zones franches touristiques sont aussi programmés. Pour l'heure ces réalisations sont en cours et des ouvertures d'hôtels 5 étoiles, à Punta Cana et Samana, d'hôtels de charme de dix à quinze chambres et de golfs ont déjà eu lieu. Ces espaces touristiques, le plus souvent circonscrits dans des zones protégées, n'incitent pas les visiteurs à s'aventurer au-delà de leurs limites où règne fréquemment une insécurité liée à la pauvreté.

L'île voisine de **Cuba** aussi doit son développement rapide au tourisme de masse et à ses tarifs très attractifs. Elle a attiré 2 319 334 visiteurs en 2005, soit une augmentation de 13,2 % par rapport à 2004 selon la déclaration faite par Marrero Manuel Cruz, ministre du Tourisme lors de l'inauguration de la XXVI^e foire du tourisme. Dans ces îles hispaniques, l'Espagne conserve le troisième rang parmi les pays émetteurs avec 194 102 touristes soit une croissance de 33 % par rapport à l'année précédente, derrière le Canada et la Grande Bretagne, l'Italie venant juste après. Le parc hôtelier verra l'ouverture de 1 500 chambres et la rénovation de 3 000 chambres. La promotion est prévue en direction de nouveaux pays : le Vénézuëla, la Chine et les Pays Bas. Des projets de développement du tourisme à l'intérieur de l'île sont aussi à l'étude.

Dans le Pacifique les îles de **Hawaïi** (environ 16 600 km²) offrent chacune un paysage différent, volcans en activité avec flux de lave, forêts tropicales, plages ou falaises, champs de canne à sucre ou d'ananas et des sites historiques. Hawaï attire chaque année environ sept millions de visiteurs qui, d'une manière générale, se limitent à une ou deux îles et séjournent dans des hébergements très diversifiés. Ceux-ci vont du « resort » ou de la villa haut de gamme au motel, au camping et au « bed and breakfast ». La location d'appartements bien équipés dans les condominium construits en hauteur est aussi très fréquente et offre la possibilité d'accéder à des équipements communs : piscine, bassin à remous, aire de barbecue. La haute saison s'étend de décembre à mars. Le reste de l'année les prix pratiqués affichent une baisse de 10 à 30 %.

Le tourisme s'est développé dans l'archipel, passant de 50 000 en 1951 à plus de sept millions aujourd'hui (7 353 158 en 2005). La fréquentation est avant tout américaine, mais aussi japonaise et européenne.

La desserte aérienne est importante : compte tenu de sa position géographique. Hawaï est devenu un hub pour la région Asie-Pacifique avec la présence de vingt-quatre compagnies aériennes, notamment des compagnies régionales américaines qui proposent de ce fait des tarifs concurrentiels. Les deux principales compagnies hawaïennes locales (Hawaiian Airlines et Aloha Airlines) desservent diverses destinations continentales (Los Angeles, San Francisco, Seattle, Portland, Anchorage...) et internationales (Papeete, Pago Pago, îles Samoa, Midway, Christmas Island au Kiribati).

Fidji, cet archipel montagneux du Sud Pacifique, possède l'une des économies les plus développées de la zone (minerais, pêche, forêts, canne à sucre) connaît une forte croissance de son tourisme après l'arrêt consécutif au coup d'État de 2002. 544 436 touristes ont été accueillis en 2005. Le parc hôtelier est très diversifié et propose le luxe ou le charme de certains hôtels, des appartements et villas bien équipés, des « lodges », des « bed and breakfast »... Le style local est privilégié et les nombreux « resorts » offrent des activités de plongée, plaisance, golfs...

Fidji est réputé pour la beauté de ses plages, la qualité de son accueil, l'excellence de son rapport qualité/prix qui attire surtout les Australiens, les Néo-Zélandais et les Japonais.

Le **Vanuatu**, petit archipel de 12 189 km² situé sur la ceinture de feu du Pacifique, n'est pas très éloigné de la Nouvelle-Calédonie. Indépendant depuis 1980, ce territoire soumis historiquement aux influences françaises et britanniques abrite une population d'environ 220 000 habitants de culture mélanésienne très traditionnelle. Les autorités du pays ont décidé de faire de l'archipel une destination touristique « authentique ».

En 2005, le Vanuatu était la sixième destination des îles du Pacifique avec ses 60 611 visiteurs derrière Fidji (507 000 visiteurs), la Polynésie française (211 893), la Nouvelle-Calédonie (100 651), Samoa (98 024) et les îles Cook (83 333).

Après trois années difficiles entre 2000 et 2002, les arrivées ont progressé de 20 % entre 2003 et 2004 grâce en particulier au renforcement des rotations de la compagnie Air Vanuatu et à l'émission américaine Survivor qui a permis de faire connaître le territoire. Les visiteurs sont en majorité australiens (58 %), néo-zélandais (14 %), calédoniens (11 % - en progression), européens (6 %) et diverses autres nationalités dont 1 % de Japonais et 3 % d'Américains.

L'offre hôtelière est passée d'une capacité de 808 chambres en 2000 à 1 316 chambres en 2006 (120 chambres supplémentaires sont prévues en 2007). Il s'agit à côté de quatre grandes structures qui datent de vingt à trente ans et représentent 51 % du parc et d'un foisonnement de petits hôtels. Depuis 2003, on

assiste à l'ouverture d'hôtels de charme pour répondre aux attentes de la clientèle. Le taux d'occupation moyen est de 63,1 %.

Le Vanuatu espère dans un proche avenir faire du tourisme son premier poste de revenus avec l'ouverture de l'aéroport international de Santo, l'accès aux marchés américain, japonais et chinois, et la possibilité de création de 4 000 emplois

Reste toutefois à résoudre un certain nombre de problèmes dont la question foncière, le développement des infrastructures, la formation de la main-d'œuvre... Le Vanuatu recherche des contacts avec ses voisins notamment néo-calédoniens pour créer des synergies susceptibles de faire de cette zone du Pacifique un pôle touristique attractif et dynamique.

Figure en annexe n° 4 le tableau comparatif des arrivées de touristes dans la zone Pacifique.

L'île **Maurice** a décidé dès les années 60 d'inscrire le tourisme comme priorité pour son économie. Ayant un taux de chômage très élevé à cette époque, le choix du haut de gamme a été privilégié, ce type d'hébergement demandant trois emplois créés pour une chambre mise en service ! Le premier marché a été la France puis une diversification s'est faite sur l'Europe avec les Britanniques, les Allemands et les Italiens, les Français restant néanmoins très majoritaires. Récemment des contacts ont été pris avec différents tour-opérateurs australiens, indiens, russes et les pays arabes pour élargir la clientèle. Bien desservie par une compagnie nationale, Air Mauritius, Maurice reçoit aussi directement de nombreux jets privés tout comme ses voisines les îles Seychelles. Les arrivées de touristes sont en progression constante : 702 018 en 2003, 718 861 en 2004 et 761 063 en 2005. La durée des séjours est d'environ 10,4 jours, quant aux recettes par touriste elles sont également en croissance et passent de 653,22 € en 2003 à 769,82 € en 2004 et à 797,20 € en 2005.

L'île s'est équipée d'un parc hôtelier diversifié mais très orienté vers un haut niveau de prestations : « resorts », spa, golfs, grands hôtels et hôtels de moyenne gamme plus spécialement destinés aux Réunionnais et au public senior. Plongée, plaisance et équipements divers sont proposés pour compléter le tout balnéaire qui, à lui seul, ne satisfait plus le touriste. Son taux d'occupation varie entre 63 et 66 % selon la catégorie, le haut de gamme ayant les meilleures performances.

Les investissements sont réalisés en majorité par des capitaux locaux et l'exploitation des établissements est principalement faite par des Mauriciens.

La promotion bénéficie d'un budget de l'État de 3,5 millions d'euros auxquels s'ajoutent les contributions des entreprises du secteur cinq fois supérieures à celle de l'État, ce qui prouve la grande efficacité de la filière car il existe une synergie totale entre hébergeurs, transporteurs et autres acteurs du secteur. Afin de faciliter les questions administratives relatives à l'accueil des étrangers, c'est le même ministre qui est en charge du Tourisme et des communications extérieures.

La crise du chikungunya a peut-être été moins forte mais surtout moins médiatisée qu'à La Réunion, ce qui explique que l'impact sur l'arrivée des touristes a été moins ressenti, sauf pour les Français (- 42 % en janvier).

Ce qui fait le succès et l'attractivité de Maurice c'est avant tout la qualité de son accueil et des services offerts dans ses établissements en fonction de l'évolution des attentes de la clientèle : spa, golfs...

3. Une défiscalisation importante

Les développements qui suivent s'appuient notamment sur le rapport du sénateur Roland du Luart (2003), les deux rapports d'évaluation de l'IGF, de l'IGAS et de l'IGA (juillet 2006) et d'autres études et analyses émanant du ministère de l'Outre-mer (*L'hôtellerie antillaise en danger*, 2005), du ministère du Tourisme et bien évidemment sur le rapport du Conseil économique et social sur *L'évaluation de la loi de programme pour l'Outre-mer* adopté en juillet 2006 (rapporteur Alain Saubert).

La défiscalisation porte sur deux aspects, les investissements et les charges sociales.

Le sénateur du Luart estime que : « *La permanence de régimes d'aides fiscales à l'investissement Outre-mer s'explique par la nécessité de compenser les handicaps structurels dont souffrent ces économies afin de leur permettre de rattraper leur retard de développement économique et social* ».

Ces handicaps sont imputables à la situation géographique de ces collectivités, la faiblesse de leurs investissements et leur déficit de compétitivité.

3.1. Dispositions en faveur de l'investissement

En complément des différentes mesures mises en place depuis 1986 avec la loi Pons, en Polynésie et en Nouvelle-Calédonie, des dispositifs complémentaires ont été mis en place par les gouvernements territoriaux : en Polynésie : « loi Flosse » (1995) et en Nouvelle-Calédonie : « loi Frogier » (2001).

Le rapport de l'Inspection générale des Finances (IGF) sur l'*Évaluation de l'aspect socioéconomique du dispositif de défiscalisation des investissements Outre-mer* (juillet 2006) observe que trois collectivités ont massivement bénéficié de la défiscalisation sur la période 2001-2005 : la Polynésie, la Nouvelle-Calédonie et La Réunion qui ont représenté les trois quarts des investissements agréés, dont 20 % concernaient le tourisme.

Tableau 1 : Répartition géographique des investissements agréés

en millions d'euros

	2001	2002	2003	2004	2005	Total
Guadeloupe	90	97	101	89	63	440
Guyane	32	37	30	29	20	148
Martinique	117	128	96	131	77	549
Réunion	123	158	159	216	123	778
Total DOM	362	420	386	464	283	1 915
Polynésie	224	252	167	241	178	1 062
Nouvelle-Calédonie	630	161	87	309	88	1 275
Saint-Pierre-et-Miquelon	1	3	1	7	-	12
Mayotte	14	9	5	9	3	40
Wallis et Futuna	1	-	1	11	1	14
Total COM	870	426	261	576	270	2 403
Total	1 232	846	647	1 040	553	4 318
DOM (en % du total)	29	50	60	45	51	44
COM (en % du total)	71	50	40	49	49	56

Source : DGI.

Tableau 2 : Répartition des investissements agréés par secteur

en millions d'euros

Secteurs	2001	2002	2003	2004	2005	Total 2001-2005	%
Tourisme	229,3	97,-	170,-	203,6	73,8	773,7	20
Transport	298,6	469,7	139,4	160,-	126,7	1 067,7	28
Industrie	478,-	152,2	120,3	120,2	57,6	870,7	23
BTP	73,8	25,6	29,6	66,3	132,5	195,3	5
Energie	-	-	-	230,-	-	230,-	6
Energies nouvelles	60,-	59,4	138,-	141,1	88,-	398,5	10
Pêche-agriculture	41,2	9,1	24,2	39,5	9,8	114,-	3
Autres	51,1	58,9	25,3	79,3	64,25	214,-	6

Source : DGI.

Comme de nombreux rapports, celui-ci souligne que « *bien qu'indispensable aux investissements dans l'Outre-mer, la défiscalisation provoque des augmentations du coût du foncier et de la construction (par exemple + 30 % à La Réunion en quelques années) mais en précisant que d'autres facteurs concourent à ces augmentations :*

- *les plans de prévention des risques naturels qui réduisent les espaces constructibles ;*
- *l'absence de politiques foncières et d'aménagement opérationnel ;*
- *s'agissant de l'aménagement urbain : la quasi-absence du secteur des Services publics industriels et commerciaux (SPIC) pourtant éligibles, malgré de considérables besoins en matière d'aduction d'eau, d'assainissement, d'équipements électriques et de traitements des déchets ».*

En ce qui concerne le tourisme, il précise que *« depuis la loi Pons, la défiscalisation constitue l'essentiel du développement de l'hôtellerie surtout aux Antilles et en Polynésie, mais la difficulté d'identifier les stratégies de développement dans lesquelles s'inscrivent les investissements, dont certains ne sont pas convaincants (hôtellerie) et d'autres appellent des jugements contrastés (Plaisance) »*.

Par ailleurs, toutes les études et tous les rapports publiés depuis 1998 soulignent que l'hôtellerie, particulièrement dans les DOM, a vieilli, ne correspond plus à la demande et nécessite des rénovations importantes. L'IGF ajoute que *« les investisseurs particuliers propriétaires d'un lot en copropriété ou associés d'une Société en nom collectif (SNC), propriétaire d'un hôtel (schéma le plus utilisé depuis 1986 d'après la loi Pons), n'ont aucune attache dans les DOM et souhaitent absolument vendre leurs investissements hôteliers à l'issue de la période de défiscalisation (cinq ans) [...] »*

Cela entraîne de leur part une forte pression et des ventes "à la découpe" transformant ces hôtels en résidences privées (logements). »

Sur l'île de Saint-Martin (côté français) huit hôtels ont ainsi été fermés, soit revendus, soit « squattés », et la Martinique, la Guadeloupe et La Réunion commencent à entrer dans *« la même vague déstructurante car les premières opérations ayant bénéficié de la défiscalisation datent de plus de dix ans »* (rapport « l'hôtellerie antillaise en danger », ministère de l'Outre-mer, 2005).

La pression foncière et les besoins immobiliers aidant, les investisseurs n'ont aucun mal à revendre « en appartements ».

En 2003, la modification de la LOPOM incitait d'ailleurs la réhabilitation-rénovation avec un dispositif plus favorable (70 % au lieu de 50 %) dans les DOM et 60 % dans les autres collectivités).

Le rapport de l'IGF précise que *« ces opérations sont les seules à pouvoir bénéficier de la "détunnélisation" qui permet l'imputation des déficits BIC sur l'intégralité des revenus imposables et non sur les seuls bénéfices de même nature »*.

Malgré ce nouveau dispositif, la rénovation hôtelière tarde à démarrer, notamment aux Antilles. Les obstacles les plus fréquemment cités figurent en annexe n° 5. Nous n'en citerons ici que trois :

- les propriétaires des petites structures familiales sont réticents à céder leurs droits à une structure de portage jusqu'au dénouement de l'opération de défiscalisation ;
- les hôtels construits sous l'égide de la loi Pons ont en très grande majorité été réalisés en société en participation (copropriété) ; le transfert à la société en nom collectif (exploitant) de la totalité des parts suppose un changement de statut, lequel requiert l'unanimité ;

- la difficulté à mobiliser des capitaux privés locaux (IGF rapport 2006) ou de grandes chaînes hôtelières internationales dans les DOM.

Comme pour le logement, notamment aidé, la construction et la rénovation hôtelière ont dans les Antilles des coûts de production très élevés du fait des contraintes environnementales, chiffrées par certains interlocuteurs de la mission IGF entre deux et cinq fois le coût de sortie d'hôtels de même catégorie, mais non astreints aux mêmes règles, dans la zone caraïbe (normes antisismiques, résistance à des vents de 300 km/h, paillotes ignifugées...).

Dans les DOM le financement de ces investissements repose essentiellement sur des aides publiques et des financements bancaires et, à la différence des collectivités du Pacifique, assez peu sur des financements locaux. Les projets actuellement en cours de finalisation sont, pour l'essentiel, portés par des opérateurs extérieurs aux antilles.

S'agissant de la petite hôtellerie, certains interlocuteurs de la mission ont souligné que le dispositif de défiscalisation avait été mis en place pour répondre aux besoins de la grande hôtellerie et qu'il n'était pas adapté à la petite hôtellerie.

Cet avis est confirmé par M. Philippe Leyssenne, directeur des affaires économiques sociales et culturelles de l'Outre-mer : « *Les petits hôteliers considèrent que les conditions de mise en œuvre de la loi de programme pour la rénovation des hôtels ne sont pas adaptées à leurs besoins* ».

De son côté, M. Frédéric Pierret, directeur du tourisme observe : « *Dans la petite hôtellerie, la lourdeur du montage des dossiers, la complexité qu'ils ont à réaliser des business plan, le coût des cabinets intermédiaires pour le montage des dossiers, les longs délais de réponse des services instructeurs, le préfinancement indispensable du coût des travaux, l'incidence des taux d'intérêts sur leur trésorerie, la difficulté qu'ils ont à offrir des garanties réclamées par les banques, les très longs délais de déclenchements des premiers acomptes (DOCUP, région, ANCV) rendent pratiquement impossible toute rénovation. Par ailleurs, qu'il s'agisse de la construction ou de la rénovation, le taux maximum de cumul d'aides possible (de 75 % ou 65 %) accordé par la réglementation européenne n'est jamais atteint* ».

L'étude concernant *L'aide fiscale aux investissements d'entreprises dans les DOM - appréciations et perspectives* du professeur Bernard Castagnède souligne elle aussi la nécessité d'adapter ce régime d'aide aux réalités de chacun des territoires.

La Fédération des entreprises des départements d'Outre-mer (FEDOM) et le groupement des hôteliers de la Guadeloupe sont aussi intervenus sur ce sujet en reprenant le même constat et en demandant l'établissement d'un tableau énumérant clairement les postes éligibles faisant partie intégrante des dossiers, ceci afin de réduire les conflits avec le bureau des agréments de Bercy.

3.2. Les dispositions salariales particulières aux DOM

Le tourisme est un secteur de service où la qualité de la main d'œuvre et le niveau des salaires restent des facteurs essentiels de la compétitivité. Si l'on constate une augmentation globale des masses salariales dans les DOM depuis dix ans, elle est principalement le fait de l'augmentation du niveau des salaires dans le cadre du rattrapage du SMIG par rapport à la métropole. Mais en même temps s'est creusé l'écart de compétitivité avec les concurrences régionales (exemples : salaire + charges = Martinique 1 800 €, Sainte-Lucie 180 €). De son côté, le rapport de l'IGF *Impact socioéconomique, 2006* considère que les exonérations « ont eu un impact sans doute plus fort dans la révélation du travail dissimulé ou le maintien de l'emploi que pour la création d'emploi ».

Ainsi, les effectifs salariés du secteur du tourisme dans les DOM :

- hôtels, restaurants 2005 : 16 564 => + 0,3 % par rapport à 2000 ;
- tourisme 2005 : 3 776 => + 0,5 % par rapport à 2000.

Ceux-ci ont peu évolué en dépit des exonérations (coût budgétaire 2005 : 96,35 millions d'euros).

La masse salariale tient compte des négociations entre les salariés et les employeurs de la branche et dans un certain nombre de cas elle se traduit par des dispositions particulières.

Les conditions salariales sont liées aux dispositions locales. Il en résulte que la masse salariale s'élève à 50 % dans les comptes d'exploitation alors qu'elle ne représente que 30 % en métropole.

4. Un désenclavement aérien qui ne profite pas suffisamment au tourisme

Chacun des DOM et COM est aujourd'hui desservi aériennement. Hormis Mayotte, Wallis et Futuna et Saint-Pierre-et-Miquelon, chaque territoire a une liaison directe avec la métropole. Dans les DOM, en plus de la compagnie Air France qui n'est plus en position de monopole, sauf en Guyane, Corsair et une compagnie locale (Air Austral, Air Caraïbes) assurent la liaison avec la métropole. En Polynésie c'est Air Tahiti Nui et en Nouvelle-Calédonie Air Calin. Air Austral désenclave Mayotte et Air Saint-Pierre, l'archipel de Saint-Pierre-et-Miquelon. Certaines de ces compagnies régionales ont pu voir le jour ou être maintenues notamment grâce aux diverses mesures de défiscalisation.

Les flux vers la Martinique, la Guadeloupe et La Réunion représentent un trafic d'environ un million de passagers par an, seulement 200 000 pour la Guyane, mais en régression depuis les cinq dernières années. On constate ainsi une diminution de 12 % sur la Martinique, 16 % sur la Guadeloupe, 12 % sur la Guyane. Seule La Réunion enregistre une légère augmentation de 2 %. Dans ce flux Air France ne représente que 53 % pour la Martinique et la Guadeloupe, 37 % sur La Réunion et 95 % sur la Guyane.

Pour la Martinique, le trafic affaires représente 23 %, celui des « affinitaires » (Dominiens se rendant en métropole, aller et retour) 25 % et enfin les touristes 52 %. Pour la Guadeloupe, ces pourcentages sont respectivement de 19 %, 23 % et 58 %. En revanche pour La Réunion et la Guyane, ils sont nettement différents : la part du tourisme descend à 38 % pour La Réunion et 21 % pour la Guyane.

Ces proportions sont totalement inversées pour l'île Maurice, où les touristes représentent 80 % des flux, la République dominicaine 60 % et Cuba 78 %. En revanche, sur les autres destinations long courrier hors Outre-mer français desservies par Air France, la part du tourisme est de 28 % et la classe affaires est de 50 % ! Or, selon les transporteurs, c'est la classe affaires avec ses tarifs élevés qui permet d'équilibrer les comptes d'une compagnie, on peut comprendre aisément les critiques formulées, d'ailleurs plus souvent par les ressortissants de ces territoires que par les touristes eux-mêmes sur les coûts jugés excessifs des billets d'avion surtout à certaines périodes de l'année. Air France constaterait de ce fait, entre 1990 et 2005, une diminution de la recette moyenne par passager de 33 % sur les Antilles et de 36 % sur La Réunion, recette qui apparaît moins élevée que celle des lignes internationales. La différence de tarifs entre La Réunion et Maurice en juillet-août proviendrait du fait qu'à cette période, le tourisme dans cette dernière île est en basse saison.

Les obligations de service public conduisent la compagnie Air France à offrir une capacité globale minimale de sièges par an. Cette capacité serait globalement excédentaire et le taux de remplissage sur ces destinations (80 % sur Fort-de-France, 81 % sur la Guadeloupe, 82 % sur la Guyane et 86 % sur La Réunion) en retrait par rapport aux autres destinations long courrier de la compagnie. Ce trafic est affecté d'une très forte saisonnalité et d'une forte directionnalité en raison d'une part de la pratique des congés bonifiés en juillet-août pour les Dominiens fonctionnaires résidant en métropole et d'autre part des périodes de vacances des métropolitains se rendant dans les DOM. C'est ainsi que le taux de remplissage des avions monte à 88 % en juillet-août pour retomber à 68 % en septembre et qu'en mars et en septembre on peut constater jusqu'à 30 points d'écart entre l'aller et le retour, phénomène que l'on ne rencontre pas sur les autres lignes long courrier de la compagnie.

Il faut signaler l'effort important réalisé par Air France mais aussi Corsair et Air Austral ces dernières années pour rénover leur flotte qui est d'un niveau comparable à celui constaté sur les lignes internationales. Les lois relatives à la défiscalisation dans l'Outre-mer prévoient d'ailleurs l'éligibilité de projets concernant l'acquisition d'avions destinés au transport international (le mécanisme de la défiscalisation des avions figure en annexe n° 6).

Reste pour les DOM la question du transfert du trafic les concernant, de Roissy sur l'aéroport d'Orly, l'essai sur Roissy Charles de Gaulle (CDG) s'étant soldé par un échec financier important pour Air France. Cette compagnie pour répondre à la demande pressante des opérateurs touristiques qui estiment que ce choix les prive d'une clientèle européenne potentielle arrivant à CDG et donc contrainte à un changement d'aéroport, se dit prête à tenter une nouvelle expérience, mais à la condition d'en partager le risque financier avec les autres opérateurs concernés.

Pour favoriser l'arrivée de touristes, la desserte par des compagnies étrangères, américaines s'agissant des Antilles, brésiliennes pour la Guyane, australiennes, néo-zélandaises, japonaises, coréennes, la Nouvelle-Calédonie, est en cours de renforcement. De nouvelles lignes ont été ouvertes à destination des Antilles et de la Nouvelle-Calédonie, d'autres sont en cours de négociation.

S'agissant plus particulièrement des collectivités de la zone pacifique, il faut rappeler que leur clientèle est majoritairement américaine et japonaise ce qui renforce leur besoin d'établir des liaisons avec ces pays mais aussi ceux de leur zone géographique. Air Tahiti Nui (ATN) créé en 1998 a pour mission de développer le tourisme et devrait en 2006 transporter 180 000 passagers, soit 60 % de parts du marché. Ce marché est à 40 % américain (depuis Los Angeles et New-York), 35 % européen (six vols en moyenne ATN et quatre vols AF par semaine), japonais (12 à 15 %) et enfin australien et néo-zélandais. Air Tahiti Nui, qui s'est doté d'un cinquième avion, a ouvert en 2005 deux nouvelles destinations, New-York et Sydney. Elle a dû abandonner la liaison hebdomadaire Papeete - New-York - Charles de Gaulle, non rentable et non conforme aux règles de la défiscalisation.

Il faut enfin préciser pour cette destination que la compagnie néo-zélandaise qui a acheminé à partir de Londres environ 7 000 Britanniques, 4 000 Allemands et 11 000 Italiens par an à Papeete, cessera cette desserte à partir d'avril 2007. Elle considère que ces passagers ne trouvent pas en Polynésie française le produit touristique qu'ils espéraient : pas d'éventail suffisamment large des hébergements, pas de possibilité d'organiser librement leur séjour dans les îles, pas suffisamment d'offre spécifique pour les familles.

Tous les territoires bénéficient d'une desserte aérienne directe ou indirecte, en direction de la métropole. Selon Air France tous les sièges offerts ne seraient pas occupés et les accroissements de capacité n'auraient pas profité à une augmentation d'arrivées de touristes. Ainsi d'après ce transporteur dans les DOM les capacités supplémentaires auraient surtout profité au tourisme affinitaire qui fréquente peu ou pas les hébergements hôteliers ou commerciaux et surtout aux ressortissants de ces départements. Dans les autres territoires, toujours d'après cette compagnie, c'est l'absence de produits touristiques adaptés qui n'aurait pas permis d'attirer ou de fidéliser une clientèle.

Aujourd'hui, la desserte aérienne des collectivités est sujette à beaucoup d'incertitudes, toutes les compagnies pouvant modifier à tout moment, en raison de leur situation économique, leurs trafics.

*
* *

Le développement du tourisme dans les collectivités d'Outre-mer connaît, certes depuis quelques années, des difficultés. Celles-ci sont très diversifiées mais ne sont pas insurmontables si une volonté politique forte, tant au niveau national que local, soutenue par une population et des acteurs économiques mobilisés, existe.

Pour réussir, ces collectivités sont dotées d'atouts importants, mais qui ne sont pas suffisamment exploités.

Elles jouissent en général d'une situation géographique privilégiée : insularité, zone tropicale, paysages protégés propices au tourisme. Bénéficiant d'infrastructures de qualité et sécurisées aussi bien portuaires qu'aéroportuaires et routières, ces collectivités offrent des conditions sanitaires dont ne disposent pas les pays émergents concurrents. Elles ont aussi l'immense avantage de se situer dans la zone euro ou de dépendre de cette monnaie.

CHAPITRE II

LES PROPOSITIONS

I - DES MESURES QUI CONCERNENT L'ENSEMBLE DE L'OUTRE-MER

A - AMÉLIORER LES OUTILS STATISTIQUES POUR MIEUX LES UTILISER

Aujourd'hui encore, l'appareil statistique est toujours déficient en Outre-mer. S'y ajoute une difficulté d'ordre méthodologique pour avoir une connaissance claire de la situation économique et sociale du tourisme, analyser ses perspectives de développement et permettre aux décideurs d'établir des stratégies solides à moyen et long termes. L'élaboration du présent avis a sans cesse buté sur l'absence d'homogénéité, l'incohérence, voire les contradictions entre les diverses données disponibles dans les divers rapports et études.

Cette carence soulignée par le Conseil économique et social à l'occasion de ses précédents rapports et avis sur l'Outre-mer figurait déjà dans deux rapports, celui de Miguel Laventure en 1997 et celui de Alain Saubert en juillet 2006, comme dans la plupart des études et rapports parlementaires ou émanant de ministères et tout particulièrement dans les récents rapports de l'IGF, de l'IGAS et de l'IGA de juillet 2006 portant sur l'évaluation de la loi de programme de l'Outre-mer.

Seuls l'IEDOM pour les départements et l'IEOM pour les collectivités fournissent, dans le cadre de leur rapport annuel par entité, des données intéressantes par secteur économique. Le rapport pour l'année 2005 a été publié en juin 2006. Toutefois, ces données ne présentent pas d'homogénéité, s'agissant par exemple du nombre de touristes accueillis. Pour la Guyane comme pour La Réunion, le chiffre proposé est celui des « voyageurs entrés » enregistrés par la Direction départementale de la police aux frontières même si pour ce dernier département, une enquête INSEE propose des données plus précises. La Martinique s'en tient au chiffrage de son comité du tourisme et la Guadeloupe qui a rétabli l'enquête aux frontières, complète son estimation de fréquentation hôtelière par une enquête de l'INSEE.

La Polynésie française et la Nouvelle Calédonie se sont dotées d'instituts de la statistique performants. L'Institut de la statistique de la Polynésie française (ISPF) et l'Institut de la statistique et des études économiques de la Calédonie (ISEE) fournissent régulièrement (mois par mois) et avec beaucoup de précisions des données rassemblées dans un bilan touristique annuel. Ces données sont reprises dans le présent document.

Un nouvel organisme, les Comptes économiques rapides pour l'Outre-mer (CEROM) a été mis en place en 2003. Il résulte d'une collaboration entre l'AFD, l'IEDOM, l'IEOM et l'INSEE afin d'offrir un cadre statistique *« permettant d'analyser les évolutions récentes de la situation économique »*, comportant trois volets : la publication de comptes économiques rapides, la confection

d'indicateurs synthétiques de conjoncture et enfin la promotion de l'analyse économique par des études régulières d'ensemble. Selon cet organisme que nous avons interrogé, les comptes rapides pour l'année 2002 devaient être disponibles fin 2005. Seuls ceux de la Martinique et de la Guadeloupe sont disponibles à ce jour, mais il s'agit de données macroéconomiques qui ne comportent pas de volet dédié au tourisme, appréciant la part de PIB dans l'économie.

On peut s'étonner que certains pays concurrents notamment l'île Maurice, puissent disposer, pratiquement en temps réel, avec une publication mensuelle les résultats des arrivées des touristes, le taux d'occupation des hôtels et autres types d'hébergement, alors qu'il faille attendre la fin de la saison touristique, voire plusieurs années pour connaître ces résultats pour les DOM. C'est pourtant de la rapidité de publication que dépend la prise de décisions des différents opérateurs du secteur pour leur permettre d'élaborer leurs stratégies sans devoir raisonner à l'aveugle et adopter les ajustements nécessaires en fonction des évolutions constatées. De plus dans les DOM, pour renforcer l'efficacité des décisions, il conviendrait de tenir compte des évaluations du comité de suivi des fonds européens (qui abondent les investissements dans les DOM) et du bilan du Document unique de programmation (DOCUP), et de les inclure dans l'analyse pour la définition de nouvelles stratégies.

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.

B - SENSIBILISER LA POPULATION SUR UN OBJECTIF DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE HARMONIEUX, SOUCIEUX DES CULTURES LOCALES ET DE L'ENVIRONNEMENT

Les touristes sont le plus souvent attirés par la rencontre avec d'autres cultures, la découverte d'autres paysages, un environnement protégé. Encore faut-il que les habitants de ces régions soient convaincus de l'intérêt de cette rencontre et qu'ils y soient prêts.

De nouvelles perspectives de développement du tourisme dans l'Outre-mer ne pourront s'élaborer sans l'adhésion de la population, c'est pourquoi notre assemblée souhaite que le développement du tourisme s'appuie sur une volonté locale forte. Pour impulser cette dynamique, c'est la volonté de chacun des habitants qui facilitera cette implication dans une logique de développement durable.

Accueillir sans se faire envahir, offrir sans se sentir dépossédé. C'est dans le respect mutuel que doit s'effectuer cette rencontre. Comme le souligne le rapport Laventure, il existe « *un sens inné de l'accueil* ». Il appartient à tous les acteurs de le mettre en valeur. Outre un travail de pédagogie, expliquer et motiver le sens de l'action touristique, est indispensable. Il est important que ce thème soit véhiculé dans toutes les actions pédagogiques quelle qu'en soit la nature. Faire du visiteur un hôte plutôt qu'un intrus, est la clef de voûte de toute action touristique.

La récente tenue d'assises du tourisme dans les collectivités en Outre-mer a permis d'évaluer l'intérêt de la population pour le projet de développement touristique de leurs îles. Précédées de réunions de concertation systématiques dans les petite localités et les quartiers, elles ont révélé que la sensibilisation était déjà en bonne voie.

C'est précisément par la découverte de la culture que le contact peut le mieux se faire. Histoire, contes et légendes, gastronomie, connaissance de la flore et de la faune, artisanat sont autant de vecteurs qui doivent être utilisés et valorisés au même titre que les paysages et la beauté des littoraux. La fierté légitime qu'en tireront les habitants facilitera la compréhension mutuelle.

Si certains touristes recherchent la « sécurité » d'un confort qu'ils connaissent dans des grands complexes hôteliers, le Conseil économique et social estime que cette forme de tourisme peut être prise en compte. En tout état de cause, ces installations ne doivent pas nuire à l'environnement et doivent être dotées des équipements nécessaires en matière d'approvisionnement et de traitement de l'eau, d'élimination des déchets...

Le Conseil économique et social tient à rappeler que l'environnement est la matière première du tourisme dans ces collectivités. Qu'il s'agit d'un environnement riche mais fragile et que les atteintes qui lui sont portées sont souvent irréparables. Les populations de ces territoires sont généralement, mais peut-être plus encore dans le Pacifique, attachées à leur terre avec laquelle ils entretiennent une relation particulière.

C - ÉLABORER DES STRATÉGIES EFFICACES EN DÉVELOPPANT UNE FILIÈRE TOURISTIQUE

M. Philippe Leyssenne, lors de son audition devant la section du cadre de vie, rappelait que *« pendant très longtemps l'Outre-mer s'est laissé bercer par la douce illusion des touristes métropolitains qui arrivaient en masse sur leur territoire. La perception de la concurrence sur leur zone proche ne s'est pas faite ou s'est faite trop tard »*.

Exceptée la Polynésie française qui s'est dotée depuis longtemps des outils stratégiques pour le développement du secteur touristique inscrits clairement dans sa politique générale, les territoires Outre-mer souffrent d'un manque de lisibilité.

1. Établir un schéma de développement touristique

Le développement du tourisme doit s'appuyer sur une stratégie élaborée à partir d'un diagnostic évaluant les atouts et les faiblesses de la destination vis-à-vis de la concurrence. Dans les zones où la concurrence est particulièrement exacerbée, le positionnement est d'autant plus difficile à trouver. En effet, les touristes sont devenus plus exigeants et la diversité des destinations leur permet de faire les comparaisons et d'opérer des choix.

C'est sur la base de statistiques fiables, telles que celles demandées au point A- du présent avis que ce diagnostic doit s'appuyer.

Avant tout, il s'agit de savoir *« où on en est »* (statistiques, données économiques pour établir le diagnostic) et *« où on veut aller »* (stratégie) en se fixant des objectifs réalistes dans une logique de montée en puissance progressive, car le tourisme ne peut trouver son aboutissement qu'au travers d'une politique globale, orchestrée, tenant compte de tous les maillons de la chaîne et du développement des valeurs locales.

Le Conseil économique et social demande que les schémas de développement touristique inscrivent plus clairement leur stratégie et les phases de leur mise en œuvre, après les concertations nécessaires, dans un document contractuel pour tous les partenaires concernés, élus, population, professionnels.

Il estime que les deux volets indispensables des plans stratégiques sont : l'aménagement de la destination et l'image de marque qui servira à la promotion et au marketing de la destination. Ils doivent être élaborés et largement communiqués localement pour donner la lisibilité nécessaire à la mobilisation de tous les acteurs concernés.

2. Aménager la destination

2.1. Coordonner les initiatives

L'aménagement de la destination demande que les infrastructures routières, la mise en valeur ou la réhabilitation des sites remarquables et du littoral, l'embellissement des centres-villes, les points d'accueil et la signalétique puissent être mieux pris en compte. Les Schémas d'aménagement locaux (SAL) et les documents d'urbanisme en sont les supports indispensables.

Afin de limiter la surenchère du foncier (rare dans les îles), le Conseil économique et social propose que des zones touristiques et hôtelières soient mieux identifiées et inscrites dans les Plans locaux d'urbanisme (PLU) pour éviter qu'elles puissent être reconverties en zones privées, déstructurant le schéma global d'aménagement et de développement qui doit s'inscrire dans le temps. Il demande à cette fin que l'intercommunalité, encore insuffisamment pratiquée, soit encouragée pour optimiser les moyens nécessaires et les financements (qui existent mais sont peu employés).

Les pouvoirs publics ont un rôle important à jouer ici. Ils doivent mettre en valeur l'environnement, les paysages, organiser un urbanisme attrayant et sécurisé dans le souci de protéger leur patrimoine architectural et monumental privilégiant le style local. Exceptée Saint-Pierre-et-Miquelon, les territoires d'Outre-mer sont dans des zones tropicales, chaudes et humides. Cette situation doit être privilégiée pour faire émerger une identité forte dans l'architecture (à l'exemple de ce qui s'est fait en Polynésie) et la flore tropicale, abondante, doit être exploitée comme support des établissements hôteliers et des espaces urbains. Ceux-ci constituent la liaison entre les différents types d'hébergement, les circuits de visites (patrimoine, excursions, sites remarquables) et les activités sportives et culturelles. Le Conseil économique et social suggère que cette identité soit traduite dans un « cahier des charges » élaboré par un groupe de travail réunissant, sur chaque territoire, des historiens, des hommes de l'art (artisan, architectes locaux...) et des professionnels du tourisme.

Afin d'assurer l'homogénéité de l'image et la qualité de la destination, le Conseil économique et social préconise que les petites structures d'hébergement, importantes dans ces territoires qu'ils irriguent (petits hôtels de charme, gîtes, chambres d'hôtes) puissent bénéficier, à l'exemple de ce qui se pratique déjà en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie, de l'assistance des réseaux consulaires. Ceux-ci pourraient mettre en place des assistants techniques itinérants pour les accompagner *in situ* dans le montage des dossiers, leur mise en œuvre, leur suivi et les formations afférentes. C'est la cohérence des acteurs, la planification de l'aménagement et de l'image de la destination inscrites dans une stratégie à long terme qui permettront aux élus, aux investisseurs comme à la population de s'inscrire dans une démarche concertée et voulue par tous.

2.2. Animer

Il conviendrait également, et ceci concerne l'ensemble des destinations tropicales où le soleil se couche très tôt, que les commerces, surtout dans les centres-villes puissent être ouverts lorsque les touristes revenant de la plage ou de leurs excursions puissent faire leurs achats de souvenirs ou s'attabler à une terrasse de café. Ceci est particulièrement vrai pour les croisiéristes en escale. L'animation commerciale des villes, leur éclairage nocturne contribuent à donner un sentiment de vie et de sécurité à ceux qui, de plus en plus nombreux recherchent le contact avec la population et qui se retrouvent actuellement souvent cantonnés dans leur hôtel dès 18 heures.

En lien avec le tissu associatif local, les pouvoirs publics doivent par ailleurs favoriser l'organisation de manifestations mettant en valeur l'histoire et la culture de leur territoire. Notre assemblée rappelle en effet, s'il le fallait, que le touriste est avant tout en recherche de dépaysement, de détente, d'activités sportives, culturelles ou ludiques et qu'il ne souhaite pas être confronté à des difficultés liées à des contre-temps et à une mauvaise information qui le conduiront à regretter son choix, ne pas revenir et surtout le faire savoir à son entourage. Américains, Japonais et Européens, à un moindre degré, sont très sensibles à ces aspects.

3. Promouvoir une destination à forte identité

3.1. Forger une image forte

Nos collectivités souffrent d'une absence d'identité forte les différenciant de leurs concurrents. C'est pourquoi le Conseil économique et social estime qu'un travail important de recherche en liaison avec ODIT France doit être réalisé rapidement afin de faire émerger les caractéristiques propres à chacune des collectivités.

Les arguments en faveur de la construction d'une image d'une destination telle que la définissait le rapport Gary (étude réalisée pour la Nouvelle-Calédonie en 1993) restent parfaitement d'actualité : « *une image qui rayonne, se singularise, se démarque par rapport aux destinations concurrentes à travers une griffe, un style, une ambiance différente, forte, spécifique* ».

3.2. Proposer des produits attrayants par un effort de promotion adapté

La promotion est indispensable pour faire connaître une destination, ses caractéristiques et ses atouts. D'une manière générale, les collectivités se sont dotées de budgets de promotion importants, mais leur communication n'apporte pas les résultats escomptés.

Le Conseil économique et social propose qu'à l'exemple de certaines de ces collectivités et d'autres pays émetteurs, cette promotion soit systématiquement élaborée avec l'ensemble des acteurs concernés (élus, socioprofessionnels, population), les transporteurs et les tours-opérateurs en ciblant plus lisiblement la spécificité de la destination et l'originalité des produits

(hébergements, animations, activités, rapport qualité/prix) en inscrivant cette promotion dans le temps.

Cette promotion doit se faire en direction des cibles définies par la stratégie mise en place : pays, catégories de population (âge, niveau de revenus...). La présence dans les salons prévus à cet effet ou la représentation dans certains pays doit se concentrer sur ces cibles. Il en est de même pour les actions de sensibilisation engagées auprès des tours-opérateurs et des compagnies aériennes étrangères.

3.3. Assurer un véritable marketing

Notre assemblée observe que les collectivités d'Outre-mer ne réalisent pas suffisamment d'études de marché pour connaître les évolutions de la demande touristique. Elle observe qu'une collaboration plus étroite avec les tours-opérateurs et les compagnies aériennes s'impose.

Il conviendrait de s'affranchir du tourisme métropolitain pour prospecter d'autres marchés, soit dans leur zone géographique, soit en Europe, soit encore en Chine ou ailleurs, en adaptant leurs produits à ces clientèles.

Le Conseil économique et social recommande aussi de nouer des partenariats avec les destinations voisines afin d'offrir dans le cadre de « packages » des séjours combinés offrant une diversité de cultures si ce n'est de paysages. Il recommande de recourir aux programmes européens (Interreg...) dotés de fonds nombreux, peu ou mal utilisés, dans le cadre de la coopération régionale dans chacune de ces zones.

Notre assemblée déplore que nos collectivités n'utilisent pas suffisamment les politiques d'ajustement tarifaire et le forfait tout compris qui séduisent de plus en plus la clientèle, notamment les seniors et les familles pour limiter les basses saisons.

Enfin, elle souhaite que certains atouts forts soient davantage mis en avant, s'agissant de la qualité des infrastructures de santé, les conditions sanitaires en général (traitement de l'eau, hygiène alimentaire) de sécurité des institutions et des règles démocratiques et sociales des territoires d'Outre-mer.

4. Associer l'agriculture et l'artisanat

L'artisanat doit être partie prenante de la filière touristique, plus particulièrement au moment de la construction des bâtiments selon des méthodes et avec des matériaux traditionnels locaux mais aussi dans la fabrication du mobilier afin de conforter la personnalisation de la destination. Notre assemblée regrette que l'artisanat local issu de la culture et de l'histoire ne soit pas plus développé notamment le bois sculpté, les bijoux, les tissages, poteries... Des formations adéquates mises en place avec l'Éducation nationale et les chambres de métiers devraient permettre d'en relancer la production. La vente de ces produits représente des retombées économiques importantes et la création d'emploi.

Le Conseil économique et social estime que la restauration doit être un débouché pour les secteurs agroalimentaire et agricole. Ainsi, conserves, confitures, boissons à base de produits locaux, chocolats et confiseries artisanaux... doivent être disponibles dans des points de ventes sur les lieux d'excursions et sites remarquables. Dans ce cadre, la gastronomie de terroir doit contribuer à associer plus étroitement la population au développement du tourisme.

D - PROPOSER DES SOLUTIONS À LA QUESTION FONCIÈRE

Le problème du foncier est récurrent et maintes fois évoqué dans différents rapports du Conseil économique et social, en particulier sur *Le tourisme dans l'Outre-mer français* (Miguel Laventure, 1997) et *Le logement dans l'Outre-mer français* (Marie-Claude Tjibaou, 2004). Il n'a jamais été résolu sur le fond. Il est vrai que la question se pose différemment selon qu'il s'agit d'un DOM ou d'une COM.

Dans les premiers, c'est normalement le droit commun qui s'applique sur la base d'un cadastre. À Mayotte ce document est encore en cours d'élaboration. Toutefois, malgré l'existence de ce document opposable à chaque citoyen, les cas d'occupation sans titre ne sont pas rares et la règle des 50 pas géométriques sur le littoral est régulièrement transgressée même si dans les Antilles en particulier des opérations de relogement de squatters ont été menées.

Il faut aussi souligner que dans les Antilles et aussi plus particulièrement peut-être à La Réunion en raison de la forte démographie, la tension foncière est très forte s'agissant du logement, et les conflits avec les terres agricoles sont importants. En outre, l'application des règles des plans de prévention des risques naturels, sismiques, cycloniques, inondations, stérilise certaines terres et renchérit le coût des constructions.

C'est en raison de cette rareté et de la cherté du foncier que le Conseil économique et social estime que les pouvoirs publics locaux doivent agir en véritables régulateurs du marché à travers leurs documents d'urbanisme. Les schémas d'aménagement régional et les schémas directeurs d'aménagement touristique doivent fixer sur le long terme l'affectation du sol et constituer des réserves foncières afin de limiter la spéculation et se donner une vision prospective.

À Mayotte en particulier, le tourisme ne pourra pas se développer si les investisseurs ne sont pas assurés de la maîtrise des sols. C'est pourquoi le Conseil économique et social rappelle que le cadastre entrepris par le Centre national pour l'aménagement des structures des exploitations agricoles (CNASEA) doit être conduit à son terme dans les meilleurs délais, l'enregistrement notarial pouvant être gratuit pour les personnes titulaires du certificat de propriété qui leur a été délivré.

Dans les COM, la situation est encore plus complexe et plus difficile à résoudre, en particulier, dans le Pacifique où les cultures locales polynésienne et mélanésienne sont fondées sur la relation à la terre. En Nouvelle-Calédonie, une partie des terres est coutumière et appartient aux clans. Leur caractère inaliénable

de principe impose de trouver de nouvelles solutions juridiques. En Polynésie française, c'est surtout l'indivision qui constitue le problème, le Code civil étant réputé s'appliquer partout.

En ce qui concerne la Polynésie, le Conseil économique et social estime que l'indivision de la propriété qui regroupe souvent des dizaines d'ayants droit reconnus ou déclarés, ou pouvant même se déclarer ultérieurement à la transaction, remettant celle-ci en cause, parfois longtemps après la signature de l'acte, doit déboucher sur une solution satisfaisant toutes les parties. Il propose qu'après accomplissement des formalités légales d'estimation du terrain par le service compétent des domaines et les consultations traditionnelles locales préalables, la transaction d'un terrain nu puisse se faire sur la base d'une majorité simple des ayants droit afin d'éviter qu'un seul opposant puisse, comme c'est trop souvent le cas, empêcher la transaction. Dans ce cadre, une part réservataire sur le terrain nu serait consignée à l'intention des non-signataires. Dans les îles et pour les projets touristiques familiaux ou de plus grande dimension, cette formule permettrait la délivrance du permis de construire et des aides publiques qui ne peuvent être accordées en son absence, évitant ainsi les constructions illégales et les contestations ultérieures.

En Nouvelle-Calédonie, la situation est encore différente dans la mesure où coexistent des régimes fonciers différents selon que l'on est sur une terre coutumière régie par un droit particulier ou sur foncier de droit commun.

Le Conseil économique et social recommande de bien respecter, sur les terres coutumières, la consultation préalable obligatoire des autorités coutumières et de s'assurer que l'adhésion de la population soit acquise avant de s'engager dans tout projet de construction hôtelière ou équipement touristique. Le procès-verbal de palabres du Conseil coutumier, document obligatoire, donne un caractère pérenne à la faisabilité du projet.

À Wallis et Futuna, toutes les terres sont de droit coutumier et toute implantation nécessite l'accord préalable des autorités coutumières et une adhésion de la population au projet.

Notre assemblée suggère que pour les cultures dans lesquelles l'attachement au sol est fondamental, un système de bail emphytéotique adapté soit étudié pour que des implantations touristiques puissent être réalisées.

E - SE DONNER LES MOYENS D'UN DÉVELOPPEMENT PÉRENNE

La défiscalisation est un outil nécessaire qui ne suffit pas, à lui seul, pour déclencher l'émergence de projets. Cependant sa disparition en Outre-mer rendrait très difficiles voire impossibles la création de projets et leur financement.

L'avis du Conseil économique et social présenté par M. Alain Saubert en juillet 2006, a réaffirmé tout l'intérêt du dispositif de défiscalisation concernant les investissements dans l'Outre-mer et notamment ceux relatifs au secteur du tourisme, reconnu comme étant un « secteur exposé » compte tenu de son environnement concurrentiel.

Depuis 1986, diverses mesures de défiscalisation ont été adoptées en soutien à l'investissement. Pour mémoire rappelons la dernière, la « loi Girardin » du 21 juillet 2003, qui a élargi les mesures de défiscalisation des investissements dans l'Outre-mer jusqu'au 31 décembre 2017 afin de donner plus de visibilité aux investisseurs. Elle en a élargi le champ d'application et modifié les taux de réduction d'impôt, les taux de rétrocession ainsi que les seuils d'agrément. On distingue les opérations dites de « plein droit » ne nécessitant pas d'agrément (jusqu'à un million d'euros) de celles pour lesquelles l'agrément de la Direction générale des impôts (DGI) s'impose. Cet agrément vérifie que l'investissement proposé présente un intérêt économique, qu'il s'intègre à la politique d'aménagement du territoire et poursuit « *comme l'un de ses buts principaux le maintien ou la création d'emplois dans ce département* ».

La défiscalisation des investissements avait pour objectif initial de favoriser l'immobilier en général, pas spécifiquement l'hôtellerie, et n'a donc pas vu, sauf en Polynésie, émerger des professionnels locaux de l'hôtellerie mais plutôt des investisseurs.

Plus tard, à partir de 1994, les diverses exonérations de charges sociales ont eu pour but essentiel de compenser pour les entreprises le coût du rattrapage du SMIC et des salaires.

Aujourd'hui, les buts affichés n'ont pas été atteints et le Conseil économique et social propose d'envisager une certaine réorientation de ces aides pour les rendre plus efficaces et permettre au secteur du tourisme dans l'Outre-mer de sortir de la crise.

1. Orienter la défiscalisation des investissements vers des objectifs de développement touristique

1.1. Renover en priorité l'hôtellerie

De l'avis même du ministère de l'Outre-mer, des professionnels de l'hôtellerie, des rédacteurs du rapport de l'IGF et de l'IGA sur *L'évolution de l'impact socioéconomique du dispositif de défiscalisation des investissements Outre-mer*, ce dispositif trop complexe, souffrant de lenteurs administratives mal comprises, s'avère en outre inadapté aux opérations de rénovation. Pourtant celles-ci deviennent urgentes dans l'hôtellerie.

C'est la raison pour laquelle notre assemblée demande que soit adoptée dans les meilleurs délais possibles une simplification du dispositif existant pour la rénovation. Elle réitère son souhait d'inclure le rachat de l'hôtel à rénover dans le champ de la défiscalisation afin de tenir compte de la globalité des opérations.

Si la « loi Girardin » a institué un taux majoré de 60 à 70 % pour les travaux de rénovation d'hôtels, la DGI entend limiter l'application de ce taux aux seuls établissements en activité ou qui ont cessé leur exploitation depuis moins de deux ans. Or, les vicissitudes de l'activité hôtelière et les dépôts de bilans dans un marché difficile à stabiliser et à la merci d'événements exogènes (crises politiques internationales) ou endogènes (chikungunya à La Réunion) mais aussi

à la longueur des procédures judiciaires (redressements ou liquidations) font qu'il est difficile de respecter ce délai de deux ans.

Le Conseil économique et social propose que le taux majoré puisse bénéficier aux hôtels qui engagent un programme de rénovation hôtelière, quelle que soit la période d'interruption de l'exploitation précédente, particulièrement si l'établissement est situé dans une zone hôtelière comprise dans le schéma de développement du tourisme.

1.2. Autoriser les montages financiers recourant à l'intermédiation de sociétés financières de Crédit-bail immobilier (CBI)

Par principe ces montages en CBI ne sont pas interdits, mais c'est le crédit preneur qui bénéficie de la réduction d'impôts. Or celui-ci ne disposant pas généralement des bases fiscales, ne peut donc combiner une solution CBI avec une défiscalisation partagée recourant à un véhicule locatif.

L'utilité du CBI est de permettre la garantie des établissements bancaires et donc de faciliter la réunion des « tours de table ». Elle permet d'allonger la durée des financements et d'accélérer la relocation des hôtels, particulièrement après dépôt de bilan.

Le Conseil économique et social demande que soit autorisé le principe de sous-location lorsqu'intervient une société financière de Crédit-bail immobilier (CBI) en structurant les opérations de la manière suivante : la société CBI, propriétaire d'un actif immobilier donne à bail un hôtel à une SNC ou à un GIE, crédit preneur qui réalise un programme de rénovation hôtelière sous-loué à une société d'exploitation.

1.3. Attirer les grandes enseignes hôtelières internationales

Les DOM, en particulier, ont du mal à attirer et stabiliser les grandes enseignes hôtelières (Accor, International Starwood, Marriott, Hilton...), or ce sont ces enseignes qui sont souvent les locomotives du développement touristique.

Ces enseignes obéissent de plus en plus à des logiques de gestion de bilan qui conduisent à rechercher un adossement externalisé des actifs immobiliers afin de maximiser le rendement de l'exploitation. Ces enseignes sont capables d'offrir des loyers faibles mais constants sur le long ou le très long terme.

L'adossement des importants investissements hôteliers à des groupes présentant une grande solvabilité (banques, assurances, industriels...) permettrait de faciliter la mise en œuvre des financements et des « tours de table ».

Le Conseil économique et social demande que soit organisée la séparation entre « immobilier d'entreprise » adossé à des garanties extrinsèques des entreprises et « secteur tourisme », permettant ainsi la péréquation des risques. La défiscalisation (impôt sur le revenu et impôt sur les sociétés) pourrait porter sur le coût de rachat des hôtels anciens qui fonctionnent de façon non satisfaisante et de recourir à des enseignes extérieures apportant leur efficacité, leurs réseaux de commercialisation et de fidélisation en lien avec les

transporteurs (bonus miles...) et un niveau de qualité de prestations conformes aux normes internationales.

Le Conseil économique et social demande que les collectivités soient encouragées à créer des Sociétés d'économie mixte (SEM) patrimoniales, avec l'appui de la Caisse des dépôts et consignations (CDC), afin de pouvoir préempter l'immobilier hôtelier, surtout lorsqu'il se situe sur des sites remarquables, en cas de cessation d'activité ou de dépôt de bilan, dont elles devront être systématiquement informées.

1.4. Favoriser le développement de la petite hôtellerie de charme

Notre assemblée considère que le patrimoine historique en déshérence ou détenu par des propriétaires impécunieux et dont la réhabilitation est difficile alors qu'elle permettrait une transformation en unités touristiques « de charme » ou sites d'accueil d'organismes touristiques - pourrait constituer un outil complémentaire de valorisation du secteur touristique. Pour ce faire, elle propose d'étendre le taux majoré pour la rénovation prévu par la loi Girardin à ce patrimoine lorsque ces actifs sont recensés par le Centre régional du patrimoine. Cette éligibilité au taux majoré permettrait de tenir compte des surcoûts imposés par les administrations de l'État dans la rénovation du patrimoine.

Plus particulièrement dans les DOM pour les établissements dont les comptes d'exploitation sont déficitaires, dont la capacité de défiscalisation est faible et la capacité d'emprunt réduite, le Conseil économique et social estime qu'il est nécessaire de prévoir le préfinancement d'une partie des travaux (le DOCUP ne verse une subvention que sur factures acquittées) et de différer l'amortissement de deux à trois ans afin de permettre aux entreprises de bénéficier d'au moins une année pleine d'activité entre la réhabilitation/rénovation et le début de remboursement des annuités d'emprunt.

Enfin, le Conseil économique et social demande que soit étudiée la création de fonds de garantie régionaux complémentaires aux interventions de la Société française de garantie des financements des PME (Sofaris) afin de mieux sécuriser les banques locales qui sont réticentes, du fait des risques, à financer ce secteur.

2. Assurer la pérennité des entreprises et le développement de l'emploi

En dépit des mesures d'abaissement et d'exonération des charges sociales (lois du 25 juillet 1994, du 13 décembre 2000 et du 21 juillet 2003), les entreprises ne parviennent pas à l'équilibre économique ce qui conduit certaines d'entre elles à la fermeture et donc à d'importantes pertes d'emplois. On constate la disparition en 2005 de 440 emplois en Guadeloupe suite aux fermetures d'hôtels et 200 pour les contractions d'effectifs et de 400 à La Réunion...

Cette situation est d'autant plus préoccupante que les taux de chômage restent élevés dans les DOM tout particulièrement aux Antilles 23 %, en Guyane 26 % et à La Réunion 30 % en 2005. Ces taux sont encore plus préoccupants s'agissant des jeunes (66 % pour les moins de 25 ans à La Réunion, 44,7 % en Guadeloupe).

Soucieux de proposer des solutions susceptibles de permettre l'équilibre financier des entreprises et le développement de l'emploi, le Conseil économique et social demande **un engagement dans une convention-cadre et une « charte qualité » comprenant deux volets** :

2.1. Pour la structure

- un diagnostic et une étude environnementale sérieuse comprenant le risque sismique ;
- la priorité aux investissements de mise aux normes, notamment pour la restauration, les sanitaires et le traitement des effluents ;
- les travaux correspondant obligatoirement aux normes en vigueur dans la classification envisagée ;
- les charges d'exploitation prévisionnelles correspondant aux ratios de la catégorie ;
- les tarifs normalisés et contrôlés ;
- l'adhésion au schéma de développement et de stratégie commerciale du territoire.

2.2. Pour les salariés

Dans le cadre d'une négociation des partenaires sociaux de la branche de l'hôtellerie, il conviendrait :

- d'étudier la situation des salariés en fin de carrière pour les aider à se maintenir dans l'emploi, à se reconvertir ou à partir en retraite sur la base du volontariat avec un revenu de substitution dans le cadre des dispositifs existants ;
- de favoriser l'entrée des jeunes diplômés et motivés dans l'entreprise en reconnaissant leurs qualifications ;
- de prévoir des formations, avec validation des acquis, tout au long de la carrière ;
- développer la formation permanente ;
- d'organiser des stages extérieurs, si nécessaires à l'activité ;
- prévoir un plan de progression de carrière.

Il recommande en contrepartie :

- que la mesure d'exonération des charges sociales pour le secteur de l'hôtellerie et de la restauration soit déplafonnée à deux fois le SMIC (1,5 actuellement) pour une période de cinq ans (assortie d'une évaluation à mi-parcours et d'un suivi sur la période), quelle que soit la taille de l'entreprise afin de permettre le recrutement de cadres qualifiés, sous-représentés dans l'hôtellerie, ce qui nuit actuellement au bon fonctionnement de ces établissements ;
- qu'une modulation pendant la même période de la TVA, de la taxe foncière et de la taxe professionnelle, ainsi qu'un forfait de la redevance télévisuelle par établissement hôtelier soient mis à l'étude.

Le Conseil économique et social propose que tous ces aspects soient négociés avec les partenaires sociaux qui par ailleurs doivent être encouragés à étudier très rapidement des possibilités d'évolution et d'organisation des temps de travail en fonction de l'activité comme cela se pratique, pour le secteur, en métropole. En fonction des sujets, certains aspects nécessiteront une concertation avec l'État et les collectivités territoriales.

3. Renforcer le professionnalisme pour élever la qualité

Dans ce secteur très concurrentiel, le professionnalisme est déterminant et concerne aussi bien les managers que les agents de service. Celui-ci doit correspondre à la catégorie affichée par l'établissement. Le Conseil économique et social demande que des contrôles qui garantissent un niveau élevé de qualité soient effectués ou rapidement mis en place.

« Pendant très longtemps, en l'absence de formation spécifique, l'activité touristique a été marquée par un amateurisme sympathique, résultant du sens inné de l'accueil bienveillant réservé par les autochtones aux visiteurs. » (Rapport Laventure, 1997).

Aujourd'hui, il existe dans toutes les collectivités (exceptés Mayotte et Saint-Pierre-et-Miquelon où les jeunes peuvent cependant effectuer une première année BEP hôtellerie/restauration) des lycées hôteliers et des centres de l'AFPA modernes et très bien équipés. Cependant, à tort ou à raison, la qualité de services continue à être jugée souvent médiocre par la clientèle par rapports aux destinations concurrentes.

Le Conseil économique et social demande qu'après identification des lacunes, un plan de formation de l'ensemble des salariés (cadres compris) soit rapidement mis en place pour répondre aux besoins. Les organismes de formation initiale et continue en partenariat avec des grandes chaînes d'hôtellerie internationales dotées « d'académie » (Accor, Constance...) devraient pouvoir proposer des modules de formation comportant des volets sur ces métiers, notamment l'accueil, nécessaires à la remise à niveau du personnel.

Il convient également de généraliser à l'ensemble des professions en contact avec les touristes, l'apprentissage des langues étrangères et plus particulièrement l'anglais, qui devient la langue du tourisme.

Du fait de l'isolement des îles, le Conseil économique et social demande que des stages à l'extérieur des territoires soient organisés pour les salariés afin qu'ils puissent bénéficier des « effets comparatifs » des pratiques en hôtellerie, restauration et activités touristiques des autres pays - et que puisse aussi émerger une génération de cadres locaux, ce qui est fort peu le cas actuellement.

Le Conseil économique et social propose que les promoteurs, en amont de la construction expriment leurs besoins en termes d'emploi. Cette anticipation permettrait la formation pendant les phases de construction et d'aménagement et susciterait des vocations locales mieux intégrées dès le départ dans les projets. Des fonds spécifiques selon la situation (salarié, demandeur d'emploi...) tels que le FFPS, le FNE et FSE peuvent être sollicités à cet effet.

F - METTRE EN COHÉRENCE LA POLITIQUE DES TRANSPORTS AVEC LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

La desserte aérienne Outre mer est un sujet sensible qui est souvent passionnel car elle traduit une vraie préoccupation de nos concitoyens pour des voyages plus fréquents et plus abordables entre les zones ultramarines et la métropole.

Elle se caractérise par des volumes de trafic importants, principalement assurés par le principe républicain de continuité territoriale. La part de ces flux liée au tourisme n'y est pas prépondérante et varie selon les saisons (58 % sur Pointe-À-Pitre, 30 % La Réunion) et les destinations. Elle est directement influencée par les évolutions du tourisme mondial, la concurrence (Cuba, Saint-Domingue, île Maurice par exemple), les coûts du pétrole et par la compétitivité des territoires desservis. Cependant, ces trafics restent faibles par rapport aux grands trafics mondiaux et ne constituent pas toujours une priorité stratégique pour les grandes compagnies aériennes, internationales. De ce fait, le trafic est soit stagnant soit en régression depuis quelques années (les événements liés au 11 septembre 2001 ont accentué le phénomène).

La desserte des DOM est soumise à un régime d'obligation de service public (obligation de desserte toute l'année, tarifs jeunes, évacuations sanitaires) qui est en cours de modification. Toutes les destinations sont directement desservies par plusieurs compagnies, excepté Saint-Pierre-et-Miquelon. Le manque de sièges disponibles, surtout en « haute saison » est régulièrement mis en avant comme l'une des raisons des difficultés du secteur du tourisme Outre-mer. L'ouverture à la concurrence dans les années 86-87 avait permis l'arrivée d'AOM, Air Liberté et Corsair sur ces dessertes. Avec l'arrêt d'Air Liberté et AOM, les compagnies régionales Air Calin et Air Austral ont accru leur activité et Air Caraïbes et Air Tahiti NUI sont apparues en 1998 sans que la question du nombre de sièges disponibles pour le tourisme n'ait été résolue. La vraie question se pose plutôt dans la recherche d'une meilleure cohérence avec les objectifs définis. La situation est en fait beaucoup plus complexe et de nombreuses initiatives plus ou moins réussies ont été expérimentées ces dernières années.

1. Adopter une politique tarifaire cohérente

Selon certains opérateurs aériens, leur situation serait critique, assez éloignée de l'équilibre économique. Celui-ci est menacé à la fois par la hausse du prix du carburant et les médiocres performances de la fréquentation sur certaines destinations. Pourtant ils ont bénéficié de la défiscalisation lors de l'achat de leurs avions (cf. document annexe n° 6) et certains, grâce à des dispositions plus récentes, de l'exonération de leurs charges sociales.

Le Conseil économique et social s'étonne qu'en dépit de ces mesures avantageuses, les tarifs vers les DOM aient augmenté d'environ 30 % en moyenne depuis cinq ans alors que dans le même temps ceux des destinations concurrentes n'ont augmenté que de 10 à 12 % taxes incluses.

C'est pourquoi notre assemblée demande qu'une étude soit diligentée sur cette question le plus rapidement possible.

Notre assemblée souhaite que certaines pistes de réflexions soient explorées pour permettre aux compagnies régionales de poursuivre dans de bonnes conditions financières leur mission de désenclavement de leurs territoires sans pour autant minimiser leur contribution au développement économique, en l'occurrence au développement du tourisme.

Il s'agirait en tout premier lieu, afin d'étaler les périodes de haute saison par rapport à la basse saison, de mettre en place une politique de modulation des tarifs comme le pratiquent toutes les compagnies. Ces périodes devant conjuguer, compte tenu de l'importance du tourisme affinitaire dans les DOM en particulier, des périodes de vacances scolaires en métropole et dans ces territoires. Un décalage de quelques semaines pourrait sans doute contribuer à un remplissage plus régulier des avions grâce à une modulation des tarifs.

2. Favoriser les flux de touristes de séjour

Selon le rapport Laffineur, en 2003, 70 000 agents seraient susceptibles de bénéficier du régime des congés bonifiés, sans inclure les données de l'armée, non communiquées. L'incidence directe sur le trafic aérien se porte principalement vers les Antilles et dans une moindre mesure vers La Réunion. L'utilisation des congés bonifiés en période d'hyperpointe (quelques jours en début et fin d'été) bloque un nombre important de sièges réservés très longtemps à l'avance. De ce fait, une fois pris en compte les congés payés d'une partie des 600 000 domiens résidant en métropole, les places disponibles pour les touristes restent limitées en hyperpointe. Dans cette période où la demande est la plus forte, les tarifs aériens sont élevés.

Ne pourrait-on pas envisager un étalement de ces congés bonifiés afin de libérer le plus possible les sièges d'avions durant la période juillet/août et celle de Noël ? Une négociation avec les administrations concernées pourrait porter sur des compensations en termes de durée pour les agents optant pour des périodes non réputées haute saison touristique qui par définition sont aussi les plus coûteuses.

Pour conclure sur ce chapitre délicat qui conditionne très fortement le développement touristique des DOM et des COM, le Conseil économique et social constate que l'importance du tourisme affinitaire en l'état actuel de la desserte aérienne est en concurrence avec d'autres types de tourisme durant la saison touristique.

Dans ce contexte, la question de la mise en place de nouvelles capacités aériennes, notamment de charters « secs » n'est pas à écarter mais elle nécessite au préalable de procéder comme il a été indiqué à une meilleure utilisation des capacités existantes.

Une première mesure pourrait être adoptée pour favoriser l'étalement des congés bonifiés sur une période plus large. Elle ne remettrait pas en cause le régime en place et permettrait aux agents de mieux gérer l'aide apportée. Elle devrait faire l'objet d'un accord négocié avec les administrations concernées.

3. Mieux utiliser les chèques vacances

La promotion sur l'utilisation des chèques vacances préconisée par le plan de relance du tourisme dans l'Outre-mer en 2002 a permis un accroissement de 45 % depuis trois ans. Le Conseil économique et social souhaite que cet effort soit poursuivi à travers un partenariat ANCV, institutionnels et socioprofessionnels portant à la fois sur l'hébergement et le transport.

Dans ce cadre, une bonification favorisant un étalement pendant la basse saison pourrait être envisagée.

4. Adopter diverses mesures pour améliorer la desserte

Notre assemblée suggère, comme le proposait déjà Air France, qu'un transfert du départ des vols à destination des DOM d'Orly vers Roissy-Charles-de-Gaulle soit envisagé, le surcoût lié à ce changement étant partagé entre Air France et les opérateurs touristiques domiens. Une telle mesure serait de nature à diversifier la clientèle, trop majoritairement métropolitaine, en l'élargissant aux différents pays européens dont les compagnies atterrissent à Roissy-CDG.

Dans ce cadre, elle encourage les initiatives conduites par les différentes collectivités pour attirer sur leur sol des compagnies étrangères, notamment en lien avec des tour-opérateurs.

Les différentes compagnies aériennes régionales de l'Outre-mer se sont regroupées pour porter à la connaissance des pouvoirs publics leurs difficultés. Elles estiment que le montant de la défiscalisation dont elles ont bénéficié ne leur permet pas de couvrir leurs obligations en termes de continuité territoriale et demanderaient en compensation pour revenir à l'équilibre financier un allègement de leurs charges de carburant qui représentent environ un tiers de leurs coûts. Dans les DOM une défiscalisation partielle du carburant sous certaines conditions de bonne gestion pourrait être mise à l'étude.

Elles souhaitent également que les règles de la DGI ne fluctuent pas dans le temps car elles ont besoin, compte tenu de l'ampleur de leurs investissements d'une bonne visibilité sur le moyen et le long termes.

II - DES MESURES SPÉCIFIQUES À CHACUNE DES COLLECTIVITÉS

Chacun des territoires de l'Outre-mer dispose d'atouts importants, insuffisamment mis en valeur ne permettant pas de les positionner dans leur environnement concurrentiel direct. Ils souffrent le plus souvent d'un déficit d'image ou d'une image qui tendrait à les banaliser parmi les destinations émergentes, dotées d'équipements touristiques mieux adaptés à la demande du moment, mais surtout plus compétitives sur le rapport qualité/prix. Pourtant, au contraire de leurs concurrents directs dans la zone Caraïbe, nos collectivités

bénéficient, d'infrastructures routières, portuaires et aéroportuaires, d'une sécurité sanitaire et hospitalière et d'un niveau de vie comparable aux pays les plus développés.

Le dynamisme nécessaire à leur essor doit s'appuyer sur des éléments avant tout qualitatifs, mais aussi sur une volonté des élus et de la population. Si la loi de défiscalisation des investissements en est l'outil indispensable, encore faut-il que ses dispositions soient adaptées aux besoins.

A - DANS LA ZONE CARAÏBE

1. Les Antilles françaises (Guadeloupe et Martinique)

Les deux départements français d'Amérique ont des problèmes similaires : une trop grande dépendance vis-à-vis d'un tourisme, très majoritairement métropolitain, une offre généraliste, peu différenciée par rapport à la concurrence, constituée par un parc hôtelier vieillissant tourné essentiellement vers le balnéaire (qui reste cependant la principale demande), un tourisme vert et culturel insuffisamment développé et mis en valeur, un manque de professionnalisme qui ne répond pas aux attentes de la clientèle.

Le Conseil économique et social, s'il reconnaît la prise de conscience de ces collectivités, particulièrement en Guadeloupe, le soutien que leur apporte l'État (plan de relance, plan d'urgence...) et la recherche de concertation (Assises du tourisme), insiste sur la nécessaire remise à plat de l'ensemble des stratégies qui doivent s'inscrire dans un projet global accepté par tous (élus, socioprofessionnels, population).

1.1. Donner la priorité à la rénovation hôtelière

La réhabilitation de l'ensemble du parc hôtelier est primordiale, au même titre que la professionnalisation et l'accueil, pour permettre de retrouver une crédibilité auprès de la clientèle.

Il est souvent évoqué d'élever dans les Antilles françaises le tourisme, vers le haut de gamme, mais le Conseil économique et social s'associe aux conclusions du rapport du ministère de l'Outre-mer *L'hôtellerie antillaise en danger* pour demander que priorité soit donnée à la mise à niveau des établissements dans la catégorie qu'ils affichent. Très souvent situés près du littoral, ils correspondent à la demande balnéaire et ne sont pas incompatibles, après travaux et l'inscription dans une charte comprenant une architecture plus « locale », avec la politique de protection du littoral.

Cette priorité n'empêche pas, si nécessaire, la possibilité de construction de nouveaux complexes hôteliers dans des sites remarquables, inscrits dans les schémas de développement touristiques, et acceptés par les populations locales.

1.2. Diversifier les produits

Comme le souligne la nouvelle campagne de publicité d'un tour-opérateur (Jet Tours) « *un beau voyage laisse toujours une trace. Des instants s'expriment, des lieux se gravent, des visages restent* ».

Considérant l'exceptionnelle diversité des paysages, des littoraux et des forêts tropicales des Antilles françaises, le Conseil économique et social propose que soit recherchée la diversification des types de clientèle afin de permettre le développement des différentes formes d'hébergement touristique : l'hôtellerie classée, mais aussi les gîtes et les chambres d'hôtes. Pour cela, deux priorités doivent être données : la recherche de clientèles plus diversifiées et l'association de la population locale. Il paraît ici important que soit proposé un produit touristique accentuant l'authenticité du territoire et de sa population (sans les caricaturer), notamment au travers du patrimoine architectural et de la typologie des petits villages côtiers. Les espaces publics servant de liaison doivent faire l'objet de l'attention particulière des communes afin d'être partagés, d'un commun accord, entre les touristes et les habitants.

1.3. Aménager les sites touristiques

Notre assemblée recommande la mise en valeur de l'intérieur des territoires afin d'alléger la pression sur le littoral, il conviendrait d'aménager les sites de La Soufrière (fermé aux véhicules depuis dix-huit mois) et de la Montagne Pelée d'entretenir et baliser les chemins et sentiers de forêt signalétique, équipements sanitaires, aires de repos et de pique-nique, avec corbeilles à papier, commerces...).

Les règles en matière d'assainissement et d'épuration des eaux doivent être respectées afin de permettre le classement en station balnéaire, c'est le cas en particulier au Marin qui souhaite développer son projet touristique.

1.4. Recherche de nouveaux marchés

Le Conseil économique et social propose que soit étudiée une offre en direction de la clientèle « senior », moins dépendante des congés scolaires et attentive au « confort » sécurisant des Antilles françaises (zone euro, desserte aérienne, conditions sanitaires...). Elle pourrait représenter en « basse saison » un taux de remplissage non négligeable dans des prix correspondant à ses revenus, en particulier avec des offres « tout compris » plus rassurante.

La clientèle européenne (autre que métropolitaine) est sous exploitée du fait de l'absence d'une desserte de Roissy vers les Antilles. Le Conseil économique et social demande que les conditions de réouverture, en fonction des nouvelles stratégies de repositionnement du secteur, soient mises à l'étude rapidement.

Étant donné l'importance de l'aéroport hollandais Juliana de Saint-Martin, les possibilités de la ligne régionale Air Caraïbes et la décision de Delta Airlines d'ouvrir à partir de décembre 2006 une ligne directe Atlanta - Pointe-à-Pître (et bientôt Fort-de-France) le Conseil économique et social demande que les collectivités soient soutenues par « Maison de la France » pour instaurer les partenariats régionaux, la commercialisation et le plan marketing des deux destinations.

Enfin, constatant l'urgente nécessité de retrouver la confiance des pays émetteurs, le Conseil économique et social insiste sur la mise en œuvre concomitante de ces trois points essentiels, soutenus par les propositions du présent avis concernant les stratégies, les filières, les financements et la professionnalisation.

La qualité des paysages, du climat, de la culture étant intrinsèques à toutes les îles de la Caraïbe, c'est sur la qualité de leurs produits et de leur accueil que les Antilles françaises pourront faire la différence.

2. Guyane

2.1. Valoriser le patrimoine forestier

Dans ce vaste territoire, et de façon paradoxale, se pose aussi avec une certaine acuité la question foncière en raison du statut domanial d'État de la forêt guyanaise, et de sa gestion par l'Office national des forêts (ONF). C'est ce qui expliquerait selon les opérateurs touristiques l'absence de mise en valeur de l'intérieur du pays pour l'accueil des touristes.

C'est pourquoi notre assemblée souhaite qu'un accord soit trouvé avec l'ONF pour permettre l'implantation de « lodges » confortables sur des sites favorables à l'observation de la faune et de la flore, particulièrement remarquables dans cette partie de l'Amazonie. Il est évident que l'accès de ces hébergements, construits selon des techniques et avec des matériaux locaux, devra être facilité par l'ouverture et l'entretien des routes, une navigabilité sécurisée des fleuves et cours d'eau et l'aménagement de pontons de débarquement équipés des services adaptés.

Les activités de pleine nature, la création de rallyes de découverte, de triathlon vert et autres raids en VTT devraient attirer nombre de visiteurs qui, après l'épreuve sportive espèrent trouver le vrai confort d'une structure bien équipée offrant une gastronomie locale.

De même, la richesse de la flore et les connaissances des Amérindiens en botanique et pharmacopée ainsi que de certaines espèces souvent endémiques mériteraient d'être réellement exploitées, en associant étroitement les tribus aux éventuelles retombées économiques. Le Conseil économique et social estime que s'agissant aussi bien des activités de pleine nature (guides) que de la connaissance de la flore (gardes), Amérindiens et Bushingués doivent être étroitement associés.

Le Conseil économique et social recommande que la question de la prise en charge de l'entretien des routes trouve rapidement une solution par une négociation entre les partenaires concernés (État, département, région).

Aucun résultat significatif ne pourra se faire si les pouvoirs publics ne règlent pas la délicate question de l'orpaillage clandestin, source d'immigration et de délinquance qui doivent être mieux contrôlées et réprimées.

2.2. Trouver un meilleur équilibre entre la promotion et l'offre touristique

Le Conseil économique et social constate que la Guyane fait un très important effort en faveur de la promotion touristique. Des sommes très conséquentes y sont consacrées : quatre millions d'euros dont 800 000 € pour une campagne de communication en 2006, alors que l'offre de produits touristiques n'est pas encore au rendez-vous. Dès 2006, la région programme le financement d'un « lodge », un complexe hôtelier avec Casino, à Saint-Laurent du Maroni et un hôtel sur la place des Palmistes à Cayenne. Ces projets émergent, alors que depuis 1994, quatre hôtels et neuf campements en forêt ont fermé et qu'une partie du parc existant nécessite des travaux de rénovation...). Pour notre assemblée, il semble prématuré de communiquer sur une offre qui n'existe pas encore ce qui peut décevoir certains tours-opérateur ou touristes et créer ainsi une contre publicité pour une destination dont l'image n'a pas encore été affirmée sur un marché dont les cibles de clientèle n'apparaissent pas clairement.

S'agissant de l'offre, le Conseil économique et social déplore qu'aucun dossier en défiscalisation n'ait été déposé, faute semble-t-il d'investisseurs locaux. La constitution d'une société d'économie mixte rassemblant des capitaux privés et publics (État-FEDER) devrait pouvoir y remédier.

2.3. Organiser une synergie avec le Brésil et le Surinam

Le Surinam mais surtout le Brésil commencent à s'imposer comme des destinations touristiques dans leur zone géographique. Il conviendrait que la Guyane noue avec ces pays des partenariats pour offrir des produits combinant ces trois destinations. Le fait que le Brésil bénéficie de liaisons aériennes à travers le monde entier et le Surinam de liaisons bi-hebdomadaires avec les Pays-Bas, pourrait contribuer à désenclaver la Guyane dont les relations aériennes se limitent à la métropole et aux Antilles françaises, et lui procurer ainsi une clientèle plus large et plus diversifiée.

Enfin, la création d'une école spécialisée pour le tourisme, commune aux trois pays pourrait renforcer leur coopération.

2.4. Mettre en place une filière artisanale axée principalement sur le bois

Le Conseil économique et social regrette que, dans un pays disposant d'essences exceptionnelles, le travail du bois ne soit pas plus développé comme il l'est chez ses voisins surinamiens et brésiliens. Il suggère que des formations adaptées soient mises en place et que des débouchés soient étudiés pour un artisanat d'art et la fabrication de mobilier. Ce dernier pourrait trouver un écoulement naturel vers les îles de la Caraïbe qui importent massivement des produits asiatiques.

B - DANS LA ZONE OCÉAN INDIEN

1. À La Réunion

Avec la crise du chikungunya, révélatrice de difficultés apparues depuis l'an 2000 dans le secteur du tourisme, les autorités locales et le comité du tourisme doivent s'engager dans une réflexion de fond sur l'avenir du secteur et œuvrer à s'ouvrir à d'autres marchés que celui du tourisme affinitaire, somme toute très confortable.

1.1. Revoir le plan stratégie de développement

Pour le Conseil économique et social, il devient urgent de réviser la stratégie de développement du tourisme mise en place, d'en adopter une nouvelle en accord avec les socioprofessionnels dont la représentation doit être renforcée au sein du comité du tourisme de La Réunion. Cette stratégie doit s'appuyer sur une image qui la démarque de ses voisins et concurrents mieux lotis en littoral balnéaire (environ seulement 35 km de plages à La Réunion) pour mieux mettre en valeur ses atouts naturels (volcan, cirques, parc naturel...), humains (diversité ethnique et culturelle), politiques (État de droit) sanitaires (qualité des hôpitaux...), monétaires (zone euro).

Notre assemblée recommande un élargissement des marchés, tant en Europe que dans l'environnement géographique immédiat (Afrique du Sud, Madagascar, Maurice...) ou plus lointain (Inde, Chine) en raison notamment de liens historiques d'une partie de sa population. Un allègement de la réglementation concernant la délivrance des visas, de même que la recherche d'agrément pour l'accueil des touristes chinois devraient être mis à l'examen.

1.2. Offrir de nouveaux produits et organiser une synergie avec l'île Maurice

Trop axés sur le balnéaire qui concentre 70 % des touristes, il conviendrait de développer « les Hauts » et d'élaborer de nouveaux produits combinant les deux types de séjour. Pour ce faire, l'aménagement de circuits balisés de niveaux différents avec aires de repos et points d'informations, mais aussi l'implantation de structures d'hébergement de qualité sont nécessaires. Une animation sur place, des commerces présentant des objets d'artisanat local devraient rendre plus agréable et prolonger le séjour des familles et de personnes plus âgées. Le volcan est un atout autour duquel doivent être déclinées activités et animations diverses.

Le Conseil économique et social estime que la proximité avec l'île Maurice doit être exploitée en termes de complémentarité et non de rivalité pour la constitution de « packages » vendus par les tours-opérateurs. La Réunion doit pouvoir profiter du hub de l'île Maurice pour accueillir des touristes européens en particulier mais aussi sud-africains, indiens et chinois. Dans ce cadre, le coût de la liaison Roland Garros (Réunion) et Sir Seewoosagur Ramgoolam (île Maurice) devrait être étudié à la baisse. Des opérations communes de promotion devraient aussi être envisagées.

Enfin, en plus de la reconstitution de la capacité d'hébergement de l'île, et de l'indispensable modernisation du parc existant, notre assemblée suggère que soit étudiée la construction, plutôt dans le sud, actuellement en faible capacité, d'un ou deux complexes offrant thalassothérapie, spa... en lien avec les grands tour-opérateurs. Dans les Hauts, des unités plus petites de type « lodges » offrant le meilleur confort possible, comme il en existe déjà, et qui correspondent à une demande locale de tourisme, doivent être encouragées. Les constructions, leur mobilier et leur insertion dans la végétation doivent respecter les critères de créolisation définis dans un cahier des charges strict.

2. Mayotte

Si l'économie de Mayotte est fragile, son environnement l'est tout autant. C'est pourquoi notre assemblée estime que le nécessaire développement du tourisme se fasse dans un cadre de développement durable.

2.1. Développer un tourisme respectueux de l'environnement

Outre la question foncière qui empêche les projets touristiques de voir le jour, notre assemblée estime que dans cet archipel un important effort préalable en termes d'infrastructures (routes, stations de traitement et d'épuration des eaux, traitement des déchets...), de signalisation, d'information et de sensibilisation de sa population doit être réalisé.

S'agissant de l'implantation de structures hôtelières, notamment sur le littoral, le Conseil économique et social demande que les documents d'urbanisme (loi littoral, PADD...) ne retardent pas les projets en cours et puissent s'adapter aux besoins.

D'une manière générale, Mayotte souffre d'un manque de compétences en ingénierie pour l'étude, le montage et le suivi des dossiers, mais aussi d'une absence de professionnalisation dans l'ensemble du secteur. Il conviendrait que l'effort se porte prioritairement sur la qualification de la main-d'œuvre, l'apprentissage du français et d'une langue étrangère.

2.2. Adopter un schéma de développement et d'aménagement du tourisme

Les études préalables ont abouti à des conclusions qu'il conviendrait maintenant de formaliser afin d'encourager et sécuriser les investisseurs. La stratégie doit reposer sur une image de l'archipel sur laquelle se fera la promotion.

La qualité des fonds marins qui attire déjà nombre de plongeurs doit être mieux valorisée et sécurisée par des équipements adaptés pour lui permettre son développement.

Le Conseil économique et social estime que cet archipel doit s'insérer avec son positionnement propre, lié à sa population et ses atouts naturels (lagon, intérieur des terres, flore, faune...) dans un ensemble de destinations de l'océan Indien, en particulier pour le tourisme de croisière (île Maurice, Réunion, Seychelles...). Sa complémentarité avec La Réunion doit être mieux développée.

C - DANS LA ZONE PACIFIQUE

1. La Polynésie française

La Polynésie a très tôt reconnu le tourisme comme secteur prioritaire de son développement économique. Constatant aujourd'hui une stagnation voire une baisse de fréquentation et un faible taux de fidélisation de ses visiteurs elle souhaite réorienter son action marketing.

1.1. Changer d'image et rechercher d'autres clientèles

L'image « voyage d'une vie » s'appuyant sur un marché de « voyages de nocés » doit évoluer. En effet, ces jeunes couples, au budget certes conséquent mais limité dans une enveloppe « cadeau de nocés », sont souvent désagréablement surpris par les coûts « annexes » de leur séjour : restauration, transports intérieurs, achats divers, activités sportives ou culturelles. Il faut reconnaître que leurs budgets sont en réduction et qu'en principe ce type de voyage ne se renouvelle pas.

En revanche, pour attirer davantage de voyages de nocés, le Conseil économique et social régional suggère que des négociations soient engagées avec la Chancellerie afin d'autoriser la célébration des mariages, comme cela se pratique dans les îles concurrentes, en adaptant les conditions de séjour sur le territoire (modification de l'article 74 du Code civil qui impose que l'un des époux au moins réside dans la commune où doit être célébré le mariage depuis un mois au minimum).

Pour répondre à la demande des Australiens, Néo-Zélandais, Américains, et Japonais et prochainement des Chinois, le Conseil économique et social propose que la réflexion se porte sur l'accompagnement des petites structures : gîtes, pensions de familles, chambres d'hôte afin d'assurer dans cette catégorie d'hébergement l'accueil et le confort nécessaires aux touristes. L'organisation, la classification et la labellisation en cours de ce secteur important sur l'archipel associées à une promotion plus importante par le GIE Tourisme, en particulier auprès des tours-opérateurs, assureraient le développement d'un potentiel qui n'est pas à négliger.

Concernant la stratégie de diversification de la clientèle nécessaire au développement touristique, et étant donné l'utilisation d'internet pour le choix d'une destination, le Conseil économique et social recommande que l'ensemble de l'offre puisse s'inscrire dans cet outil en permettant, depuis son domicile, des réservations « en individuel » sans avoir à s'adresser obligatoirement à une agence de voyage.

Le développement d'offres « tout compris » en période de basse saison permettrait aussi d'attirer une nouvelle clientèle soucieuse de connaître, dès le départ, l'ensemble de son budget voyage - en particulier lorsqu'il voyage en famille (peu de possibilités d'hébergements de familles sur l'archipel alors que la demande existe) le Conseil économique et social recommande que ces produits soient développés en concertation avec les hôteliers et les socioprofessionnels des activités touristiques et les transporteurs aériens.

1.2. Mieux répartir les flux touristiques sur l'archipel

En Polynésie l'environnement est fragile et une trop forte densité de visiteurs pourrait rompre son équilibre écologique. C'est pourquoi le Conseil économique et social souhaite une meilleure répartition des flux touristiques sur l'archipel. La diversité devrait pouvoir répondre à différents types de tourisme, chaque île offrant un cadre et un potentiel d'activités différents.

L'arrivée des visiteurs de l'archipel se faisant sur Tahiti (aéroport international de Tahiti Faa'a) l'île est devenue une escale de transit vers les autres îles. Afin qu'elle puisse retrouver une activité touristique, le Conseil économique et social propose que soit étudiée la construction d'un palais des congrès, que demandent les socioprofessionnels qui reçoivent des sollicitations dans ce sens de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie en particulier, afin de développer un tourisme d'affaires.

Il conviendrait également, pour retenir les touristes, que l'intérieur de l'île et notamment la presqu'île, soient dotés d'infrastructures d'accueil, d'hébergement, mais surtout de voies carrossables pour y accéder. Afin de permettre le développement de la presqu'île, il conviendrait que des infrastructures routières soient développées, cette région souffrant d'une saturation du réseau lorsqu'il existe.

En dehors des trois îles les plus développées (Tahiti, Bora Bora et Moorea) l'archipel comprend de nombreuses îles équipées d'aéroports (44 aéroports territoriaux et quatre aéroports d'État) permettant leur accès - dotées de très beaux lagons, elles sont tout à fait susceptibles d'offrir des produits spécifiques. Le Conseil économique et social demande qu'une attention particulière soit portée à leur développement en orientant une partie des investissements et en invitant les élus locaux à s'inscrire dans le développement durable.

1.3. Améliorer les infrastructures et l'animation

L'entretien du réseau routier de Bora-Bora qui relèverait de la compétence du territoire, n'est pas en adéquation avec l'image donnée à l'île. Il conviendrait que routes, rues, trottoirs et éclairage public soient à la hauteur de cette destination qui se veut haut de gamme.

Les croisières sont un important secteur de l'activité touristique. Cependant, les horaires des commerces de Tahiti sont plus souvent adaptés à la vie des Polynésiens qu'aux arrivées des touristes et des croisiéristes : le Conseil économique et social recommande d'améliorer leur réception aussi bien pour les établissements publics (musées), la restauration et les commerces avec des animations en liaison avec les associations locales. Il existe une demande de plus en plus marquée d'escales de yachts de luxe, qui a conduit les autorités portuaires à construire des équipements adaptés, et des entreprises locales à développer des services d'accueil très élaborés. Par contre, alors que la demande se développe également, les touristes internationaux voyageant dans leurs propres avions ne disposent pas à Tahiti, *a fortiori* dans les autres îles qu'ils fréquentent, d'installations et de services correspondant à leurs habitudes et à leurs attentes. Le Conseil économique et social recommande que dans l'indispensable aménagement de l'aéroport international de Tahiti-Faa'a, pour

lequel existent de nombreux projets sans suite, de telles installations soient prévues.

De plus, les questions en faveur de l'environnement ne sont pas toujours prises en compte. C'est ainsi que la mission a été particulièrement surprise que soit refusé à Bora Bora, au titre des aides éligibles par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), le système de géothermie inversée (puisant, de façon écologique, l'eau à de grandes profondeurs pour obtenir une climatisation) alors que ce système innovant, qui mériterait d'être développé, permet des économies énergétiques très importantes.

2. La Nouvelle-Calédonie

Depuis 2004, la compétence tourisme ayant été confiée aux Provinces, chacune d'entre elles a mis en place un GIE tourisme, qu'elles financent elles-mêmes sans participation des professionnels du secteur qui, de ce fait, se sentent tenus à l'écart des décisions les concernant. C'est pourquoi notre assemblée propose, en accord avec les conclusions des Assises du tourisme tenues en 2005 d'adopter une nouvelle stratégie de développement pour le tourisme qui doit s'articuler autour de quatre axes majeurs susceptibles de mieux valoriser les atouts du territoire (récif corallien en cours de classement, flore riche de plus de 800 espèces endémiques, îles des Pins, Ouvéa, Lifou, Maré...).

2.1. S'assurer de l'adhésion de la population au développement touristique

La plupart des Néo-Calédoniens sont pour l'heure convaincus que l'avenir économique de leur territoire repose sur le nickel. Or, la mine ne pourra jamais offrir même après l'ouverture du site du nord, un nombre d'emplois suffisants pour insérer les jeunes générations arrivant sur le marché.

Il conviendrait que par des campagnes adaptées, une sensibilisation de la population sur l'intérêt économique et social du tourisme pour le territoire, soit engagée préalablement à tout projet touristique, mettant en valeurs les avantages attendus.

2.2. Professionnaliser le secteur

Un lycée hôtelier de qualité forme, depuis une dizaine d'années, des jeunes pour les métiers de l'hôtellerie et de la restauration aux niveaux CAP, BEP et BAC professionnel. Comme en métropole, un fort pourcentage de ces jeunes n'ayant pas été suffisamment informés sur les contraintes horaires de ces métiers, ne restent pas dans la profession qui propose par ailleurs des salaires peu attrayants.

Le Conseil économique et social regrette que cet établissement qui entretient peu de relations avec les hôtels de chaîne, n'offre pas la possibilité d'opter pour des formules de formations en alternance, lesquelles permettraient aux jeunes de se familiariser avec le monde de l'entreprise et d'en apprécier les avantages et les contraintes.

Il conviendrait également que l'école hôtelière mette en place des formations dans le domaine de l'accueil (réceptionnistes, concierges dans les hôtels...) de guides, accompagnateurs... Ces formations devraient inclure un apprentissage de l'anglais et du japonais et des stages dans les pays émetteurs environnants (Japon, Australie, Nouvelle-Zélande) afin de mieux comprendre et répondre aux attentes de cette clientèle.

Cet effort de professionnalisation concerne l'ensemble de la filière, voyagistes, offices de tourisme, musées, prestataires de services (loueurs de bateaux, centres de plongée...) et s'adresse à tous les niveaux de personnels.

2.3. Cibler la clientèle et offrir des produits adaptés

Si la promotion de l'île est assurée maintenant par un seul organisme, décision que le Conseil économique et social approuve, il convient aussi de concentrer l'effort sur un nombre limité de pays compte tenu de la situation géographique de ce territoire : Japon, Australie, Nouvelle Zélande doivent retenir en un premier temps toute l'attention des opérateurs.

Le Japon reste toujours le premier pays émetteur mais au-delà des jeunes couples venus en lune de miel, il apparaît nécessaire d'élargir la gamme et de s'adresser à une clientèle plus âgée et disposant de revenus élevés. Pour ce faire l'offre doit être adaptée : « resorts », spa, golfs, excursions, shopping (grandes marques du luxe français) gastronomie...

Les Australiens et les Néo-Zélandais comme d'ailleurs les Calédoniens et les métropolitains recherchent un autre type de tourisme moins onéreux, plus proche de la nature et des cultures locales. Hébergement de type « lodges » en brousse avec randonnées à cheval et découverte de la forêt à travers des chemins et des pistes balisés, correspondraient mieux à leurs attentes. La Province du Nord peut parfaitement répondre aux aspirations de cette clientèle et proposer dans des petites structures d'hébergement un accueil de qualité à la condition que des actions de formations aient été conduites préalablement pour mieux associer la population aux projets et lui éviter un exode douloureux vers Nouméa.

2.4. Adapter et mieux commercialiser l'offre aérienne

Le transport aérien est réputé d'un coût élevé tant sur les lignes internationales que domestiques. Une étude est en cours pour en déterminer les causes. Dans cette attente notre assemblée estime que quelques dispositions rapidement mises en œuvre devraient améliorer le confort des visiteurs et faciliter leur arrivée.

Elle observe qu'il n'existe pas de commercialisation des vols intérieurs (inter-îles ou entre le Nord et le Sud) en dehors du territoire. Ceci est très préjudiciable surtout maintenant que de plus en plus fréquemment les touristes « construisent » eux-mêmes leurs séjours par Internet.

3. Wallis et Futuna

Le double isolement de ces îles laisse peu de place à des flux touristiques importants dans l'immédiat.

Le Conseil économique et social demande que soit étudiée leur desserte aérienne avec des fréquences accrues vers la Nouvelle-Calédonie et vers Fidji afin de même faire connaître cette destination.

Étant donné le manque d'ingénierie et de compétence locales, le Conseil économique et social estime que les projets de développement touristique qui pourraient émerger devraient être systématiquement accompagnés (montage des projets, informations sur les financements, formations, suivi...) afin d'en assurer la cohérence et la pérennité.

D - DANS LA ZONE ATLANTIQUE NORD : SAINT-PIERRE-ET-MIQUELON

Seule collectivité d'Outre-mer non tropicale, l'archipel doit utiliser ses atouts spécifiques pour développer ses filières touristiques. Côtes sauvages, nature préservée, accueil authentique des habitants, histoire même de l'archipel sont autant d'atouts à mettre en valeur.

1. Mettre en œuvre le schéma de développement touristique

La « french touch » est très appréciée dans cette région du monde par le Canada tout proche mais aussi par les Nord Américains de la côte Est.

Le diagnostic et le schéma de développement touristique qui viennent d'être réalisés vont permettre de construire l'image et la stratégie nécessaires.

Le Conseil économique et social demande que le schéma soit inscrit dans les contrats de projets régionaux en préparation avec les lignes des financements qui les accompagnent et que l'ingénierie nécessaire à leur mise en œuvre soit mise à la disposition de la collectivité pour la soutenir dans sa démarche.

L'image choisie de « la France des Amériques » doit être mise en valeur par l'accueil, la gastronomie, des soirées à thèmes racontant l'histoire et les légendes locales. Ainsi la destination pourra faire découvrir et partager sa simplicité et son authenticité.

2. Valoriser la culture et l'histoire commune avec le Canada

Étant donné les liens historiques, restés très forts, avec l'Acadie et les îles de la Madeleine, la piste de la « généalogie » doit être poursuivie. Dans ce cadre, congrès, séjours et échanges des communautés devront être soutenus et encouragés.

Des partenariats avec les voisins historiques (Canada, Terre-Neuve, îles de la Madeleine) mais aussi la Nouvelle Écosse et le Nouveau Brunswick doivent être recherchés.

La piste philatélique, très prisée par les collectionneurs du monde entier, doit pouvoir être développée sur le territoire. Elle peut être facteur d'une activité répétitive à la condition de la compléter par des animations et d'activités touristiques qui existent, mais demandent à être organisées et connues (musées, patrimoines, pêche, randonnées équestres, plaisance, etc.).

3. Conforter le parc d'hébergement

Le parc d'hébergement doit être maintenu, rénové accompagné dans ses difficultés de saisonnalité importante et les financements qui les accompagnent mieux exploités et portés à la connaissance de tous les socioprofessionnels. Les dossiers de financements (25 % État, 25 % Conseil général) de ces structures doivent faire l'objet d'une réelle assistance technique, afin d'en assurer la pérennité.

Les capacités de la compagnie régionale Air St Pierre permettent d'envisager des flux plus importants qu'actuellement.

Dans cette collectivité, encore plus que sur d'autres territoires, le Conseil économique et social recommande de proposer des offres « tout compris » pour attirer plus de clientèle de la zone proche et ensuite des européens.

CONCLUSION

Dans les collectivités d'Outre-mer, la situation structurelle liée à l'éloignement de la métropole et à l'étroitesse des marchés locaux, est venue s'ajouter une crise plus conjoncturelle, mais qui perdure concernant le tourisme, secteur exposé et soumis à la forte concurrence d'un environnement géographique qui a développé des produits nouveaux et attractifs.

Alors que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) annonce une nette expansion du secteur (5,5 % en 2005) et huit cent millions d'arrivées de touristes internationaux à travers le monde, l'Outre-mer français enregistre des contre-performances inquiétantes, variables selon les collectivités. La situation est particulièrement préoccupante dans les DOM où la clientèle touristique est très majoritairement (80 à 90 %) d'origine métropolitaine et ce manque de diversité de clientèle les rend d'autant plus vulnérables que le tourisme constitue une composante essentielle de leur économie.

La conviction des élus locaux d'inscrire le secteur touristique comme l'un des axes prioritaires de leur politique de développement est un impératif dans ces territoires où le chômage reste très élevé, en particulier chez les jeunes.

L'impulsion et l'encadrement de l'État, dans cette voie, doivent être plus affirmés du fait des mesures d'accompagnement de la LOPOM, dont notre assemblée a approuvé en juillet 2006 (avis portant évaluation de la loi d'orientation pour l'Outre-mer présenté par M. Alain Saubert) tout l'intérêt pour palier les handicaps des collectivités Outre-mer.

Les préconisations du présent avis sur la réorientation, la simplification et une meilleure utilisation de la défiscalisation des investissements du secteur touristique paraissent à notre assemblée de nature à amorcer une nouvelle dynamique dans cette filière. Elles visent également à instaurer un dialogue social plus ouvert et plus constructif pour l'avenir en s'appuyant sur une volonté commune. Avec les atouts naturels indéniables dont sont dotées ces collectivités, les conditions sont maintenant réunies pour que la réussite soit au rendez-vous...

Deuxième partie
Déclarations des groupes

Groupe de l'agriculture

La situation touristique des collectivités françaises de l'Outre-mer appelle, de notre part, une attention particulière. Il subsiste, en effet, une situation paradoxale qui ne laisse pas d'inquiéter. Les différentes îles bénéficient d'atouts naturels et patrimoniaux à la fois nombreux et divers qui sont autant d'attraits pour les voyageurs. Pourtant, le développement du tourisme ne parvient pas à y atteindre une dimension qui soit véritablement de nature à en modifier les enjeux.

Cette situation est d'autant plus préoccupante que le tourisme constitue une activité majeure pour des territoires déjà en proie à de sérieuses difficultés économiques et sociales. Le rapport et l'avis l'expliquent avec beaucoup de clarté. Le tourisme est un complément indispensable à la situation par bien des aspects fragile de l'Outre-mer.

Aussi, conviendrait-il d'apporter à ce secteur toute l'importance qu'il requiert. De nouvelles stratégies devraient être proposées et des actions dynamiques engagées qui permettent de retenir une part du formidable développement du tourisme, auquel on assiste un peu partout, favorisé par une élévation générale du niveau de vie d'un nombre croissant de pays, l'allongement du temps libre et l'essor des low cost... Le monde bouge et avec lui les souhaits et les recherches des individus et des familles. Il est nécessaire de bien les comprendre pour bien y répondre et cela, dans l'intérêt bien compris de tous.

Pour trouver leur aboutissement, ces stratégies devront toutefois s'appuyer sur l'ensemble des acteurs locaux et des populations des collectivités territoriales. Elles ne peuvent être imposées, ni demeurer l'apanage d'organismes spécialisés. Les agriculteurs, parce qu'ils sont les vecteurs d'un patrimoine et d'une culture à la fois spécifiques et authentiques, doivent tout particulièrement être associés aux actions menées. Ils ont déjà mis en place de nouvelles formes de tourisme, qu'ils peuvent encore promouvoir, et qui s'avèrent bien adaptées à l'évolution de la demande des vacanciers (gîtes - tourisme à la ferme - produits du terroir - entretien de l'environnement...).

Pour réussir, ces stratégies devront également reposer sur des politiques volontaires de nature à redynamiser les structures économiques. La question récurrente du foncier ne pourra pas être éludée plus longtemps. La spéculation immobilière, les conflits d'usage, l'émiettement et la disparition des terres agricoles stérilisent toute entreprise d'envergure en même temps qu'ils paralysent toute volonté de développement, notamment du secteur agricole, pourtant principal employeur de main d'œuvre dans l'Outre-mer.

De réelles potentialités existent dans les collectivités françaises de l'Outre-mer. Tout doit être entrepris pour faciliter leur émergence et leur développement. Les acteurs locaux doivent montrer leur détermination à maîtriser leur avenir touristique et donc économique.

Groupe de l'artisanat

Face à la situation préoccupante du secteur touristique dans l'Outre-mer français, un certain nombre d'interrogations se posent tant sur la pertinence des dispositions législatives mises en œuvre que sur les orientations prises en matière de stratégies de développement.

L'avis a le mérite de présenter un diagnostic sans concession territoire par territoire et surtout de présenter des préconisations à la fois globales et spécifiques associant tous les partenaires : élus, population et professionnels.

En dehors de l'amélioration de l'outil statistique indispensable à l'évaluation des dispositifs existants et à la définition de nouvelles ambitions d'aménagement touristique, le groupe de l'artisanat souhaite revenir sur quelques unes des mesures proposées.

Concernant l'environnement, au delà de la qualité des infrastructures routières, de l'embellissement des centres villes et de la signalétique, il faut effectivement se préoccuper de nouvelles liaisons aériennes que ce soit au niveau intérieur qu'entre territoires pour accroître le champ des possibilités de développement local. Il est en effet important de ne pas limiter la réflexion au balnéaire eu égard aux potentialités offertes par les zones rurales et montagneuses.

Quant à l'élaboration d'une véritable filière touristique, elle reconnaît non seulement l'urgence d'une diversification des modes d'hébergement mais surtout la synergie entre tous les segments de l'économie et notamment le rôle moteur de l'artisanat dans la préservation et la mise en valeur des savoir faire traditionnels. Compte tenu de la concurrence accrue des destinations voisines, l'avis a raison d'insister sur une image moins stéréotypée du tourisme, en jouant la carte identitaire des territoires que ce soit au niveau du bâti, des produits et de la qualité des prestations de services.

En matière de construction, les efforts doivent porter sur l'identification des matériaux traditionnels, la formation des artisans et de leur personnel au patrimoine architectural local afin de participer activement aux opérations de rénovation et notamment à celle de l'hôtellerie de type familial dans la mesure où elle paraît être plus adaptée aux nouvelles attentes des clients.

S'agissant des produits et des services de proximité en général, le groupe de l'artisanat apprécie l'ensemble des mesures visant à améliorer la compétitivité des entreprises sur le long terme. Cela implique non seulement de mettre en relation l'efficacité économique du dispositif d'incitation fiscale et le coût économique et social des politiques de dépenses publiques mais surtout de créer un environnement favorable à l'activité économique. Il faut entendre par là la priorité aux investissements de mises aux normes, l'accompagnement des entreprises dans leur stratégie de développement de création et de transmission. Sur ce point, il faut que les schémas d'aménagement locaux associent davantage les chambres de métiers et les organisations professionnelles afin que les budgets de formation et d'assistance technique aux entreprises soient à la hauteur des enjeux. Le groupe de l'artisanat a voté favorablement cet avis

Groupe des associations

Chaque métropolitain sait que le tourisme est un atout économique, une ressource importante pour la quasi-totalité des collectivités d'Outre-mer. Chacun sait aussi que ce secteur rencontre des difficultés ayant forcément eu l'écho d'épidémies, de conflits sociaux, d'insécurité... Ces données, plus ou moins objectives, plus ou moins comprises desservent évidemment l'image de l'attrait touristique à un moment où ces collectivités ont besoin de développer ce secteur pour revitaliser leur économie et pour faire face au développement de la concurrence.

L'avis montre bien que les échos évoqués ne sont en fait que des révélateurs d'une difficulté plus profonde, structurelle, qui traduit une crise de développement. Des volontés publiques et privées se sont déjà exprimées et l'avis formulé par notre assemblée sur le même sujet n'a pas été sans suite. Aujourd'hui, il faut aller plus loin et nous suivons la rapporteure dans sa démarche structurante pour installer une filière pertinente (équipements, emploi, formation...), cohérente avec d'autres secteurs (transports, agriculture, artisanat...), sensibilisant l'ensemble de la population en particulier par la mobilisation du secteur associatif.

En effet il ne s'agit pas seulement d'aller à l'hôtel en n'importe quel point du globe. Il s'agit avant tout d'une rencontre entre des populations locales qui ont leurs us et coutumes avec des étrangers à ces coutumes qui viennent les découvrir. Chacun de ces territoires a une identité et les associations culturelles ont un rôle éminent à jouer pour la faire découvrir, connaître, partager...

Parler de rencontre entre une activité créatrice et le goût du public nous conduit au sport. Nombre d'athlètes portant au plus haut les couleurs de la France sont originaires d'un Outre-mer dont ils donnent une belle image. L'activité sportive est un atout touristique. Enfin l'activité sportive régulière permet de mieux insérer chaque territoire dans sa zone géographique.

Au-delà de la culture et du sport, toutes les associations concernées par les activités de loisirs répondent à cette préoccupation de rencontre entre le visiteur et le visité pour un véritable partage de valeurs exprimant une réelle qualité de vie. La richesse associative se traduit alors en richesse économique pour que le touriste se fasse, à son retour, le promoteur de la qualité de l'accueil qu'il a rencontré dans le territoire qu'il a visité.

Le plan de développement du tourisme Outre-mer ne sera efficient que s'il associe les populations locales. Pour ce faire, le dynamisme associatif constitue un argument à faire valoir.

Le groupe des associations a voté l'avis.

Groupe de la CFDT

L'Outre-mer français possède des atouts considérables pour promouvoir et développer une économie du tourisme ancrée dans un développement durable, respectueuse des territoires, des hommes et de leur culture, complémentaire d'autres secteurs d'activité.

Plusieurs rapports ont proposé ces dernières années des plans de relance de l'activité touristique d'Outre-mer. Des mesures fiscales, des subventions État-Europe ont accompagné ces différents plans. Ont-ils été efficaces ?

Certes nous manquons de statistiques globales car les observatoires du tourisme se mettent en place ou sont encore trop récents mais les statistiques, mêmes partielles, font état d'un recul du tourisme dans les départements et collectivités françaises d'Outre-mer malgré un développement dans les territoires voisins.

Pourquoi sommes-nous confrontés à un sentiment d'échec, d'incompréhension et d'impuissance face à la concurrence voisine ? Les îles hispanophones de la Caraïbe sont-elles mieux subventionnées ? Le chikungunya s'est-il arrêté à La Réunion sans toucher l'île Maurice ?

Force est de constater que les différentes aides au tourisme se sont mises en place dans la rapidité, sans aucune cohérence entre elles ni entre les différents financeurs, sans évaluation et bien souvent sans tenir compte de l'existant et des réalités locales.

Aussi, la CFDT soutient les propositions de l'avis qui demandent le suivi des mesures concrètes, plus de cohérence et de synergie entre les différents dispositifs et leur mise en application, plus de partenariat entre les différents acteurs et le renforcement d'outils statistiques pour permettre une meilleure évaluation de l'existant.

Pour la CFDT deux dispositifs doivent faire l'objet de l'attention de tous les acteurs, il s'agit de la défiscalisation et de la professionnalisation des secteurs du tourisme.

Concernant la défiscalisation, elle est importante et concerne les moyens de transports (avion ou bateau) et les investissements en hôtels, bâtiments. S'y ajoutent des abattements de charges ou des réductions d'impôts. Des inquiétudes existent sur leur efficacité sans parler de leurs effets pervers comme les ventes d'hôtels « à la découpe » ou l'augmentation exponentielle du foncier. Devant ces interrogations justifiées et récurrentes, il y a urgence à réaliser une sérieuse évaluation de l'efficacité de tous les dispositifs. C'est uniquement à cette condition que la CFDT soutient la proposition de ne pas les supprimer immédiatement. Il faudra sur la base de données concrètes, réorienter l'aide publique pour établir une véritable stratégie capable d'engranger des effets positifs concernant le développement pérenne du tourisme.

Concernant la professionnalisation des secteurs du tourisme, cela ne pourra se faire qu'en tenant compte de la pérennité des entreprises et d'un développement de l'emploi de qualité comme le propose l'avis dans sa demande de création d'une convention - cadre et d'une charte qualité de l'emploi. C'est par la négociation dans les branches professionnelles que nous garantirons la formation, et le déroulement de carrière des salariés dans des emplois de qualité, véritable vitrine sociale, garante d'une stabilisation de l'entreprise, et pilier d'une fidélisation d'une clientèle touristique.

C'est par une plus grande lisibilité de ces deux problématiques que nous arriverons à mieux identifier les difficultés; c'est par la volonté commune de tous les partenaires que, par la négociation, nous arriverons à les résoudre. Ainsi pourra se construire par le tourisme, un développement social et économique équilibré dans les départements et collectivités françaises d'Outre-mer qui soit aussi pérenne et respectueux de l'environnement.

L'avis reprenant l'essentiel de ces problématiques, la CFDT l'a voté.

Groupe de la CFE-CGC

L'insularité, l'éloignement de la métropole, le coût des transports, le chômage, les emplois précaires, l'insécurité, l'étroitesse des marchés locaux et la concurrence touristique accrue de l'environnement régional, constituent autant de handicaps pour les départements et territoire d'Outre mer. La dépendance vis-à-vis de l'extérieur est une source de difficultés. Le tourisme est une chance pour ces régions. Il est créateur d'emplois, les dépenses des touristes apportent aux entreprises comme aux collectivités locales, de l'activité et elles constituent un apport financier nécessaire à leurs équilibres économiques. Certaines collectivités d'Outre-mer sont attractives et ont mis en place une véritable politique touristique. Mais d'autres s'interrogent sur l'opportunité d'un développement économique basé principalement sur cette activité.

Nous considérons que pour dynamiser l'économie de ces régions, une approche globale de la situation propre à chaque département ou territoire, s'impose.

En effet, chaque espace est différent, les climats ne sont pas identiques, la situation sociale et la criminalité varient selon les endroits. Tous ces facteurs doivent être pris en considération et étudiés de manière particulière à chaque territoire. C'est une activité qui utilise l'espace et les richesses naturelles mais qui doit se développer au sein d'une économie diversifiée. Le tourisme est un des éléments du développement régional mais il ne doit pas être le seul. En outre, toute politique de développement doit tenir compte des spécificités culturelles et de la volonté des populations concernées !

La fiscalité ne peut être qu'un des aspects de cette politique. Le dispositif de défiscalisation concernant les investissements dans l'Outre-mer et notamment ceux relatifs au secteur du tourisme, reconnu comme étant un « secteur exposé » en raison de l'environnement concurrentiel est primordial, comme l'a fort justement montré l'avis sur *L'évaluation de la loi de programme pour l'Outre-*

mer de notre collègue Alain Saubert en juillet 2006. Mais il faut prendre garde à ne pas tomber dans le piège du « paradis fiscal » au détriment de l'équité fiscale !

Le groupe de la CFE-CGC souhaite que la qualité du service et de l'accueil soit privilégiée et espère l'amélioration de l'habitat, des centres-villes et des rivages.

La formation est aussi un des objectifs. Elle est indispensable afin de valoriser toutes les filières économiques et permettre aux autochtones d'accéder à des emplois d'encadrement.

Par ailleurs, l'artisanat doit prendre une place plus importante dans la filière touristique tout comme l'agrotourisme comme complément à l'activité agricole.

Le transport joue un rôle essentiel. L'offre aérienne est loin d'être satisfaisante. Tout en prenant en compte les besoins des insulaires, le transport doit s'adapter aux exigences d'une clientèle essentielle pour leurs développements.

Enfin, les problèmes d'environnement sont cruciaux et peuvent constituer un obstacle sérieux à ce développement. Dans ce contexte, les problèmes d'aménagement de zones touristiques ou de protection de site doivent être une priorité.

Le groupe de la CFE-CGC a voté l'avis.

Groupe de la CFTC

L'avis, présenté par Madame la rapporteur, montre que l'Outre-mer recèle des possibilités considérables en matière touristique. Il met en évidence que dans des zones, comme celle des Caraïbes, nos infrastructures routières, portuaires, aéroportuaires, hospitalières, sont comparables à celles des pays les plus développés, mais que nous nous sommes, quelque peu laissé distancer, que notre hôtellerie a vieilli et nécessite une importante rénovation. D'ailleurs, la remise en état nécessite des investissements très importants, si l'on tient compte des contraintes environnementales.

Notre appareil statistique est déficient en Outre-mer, comme l'ont souligné des rapports précédents du Conseil économique et social. Le groupe de la CFTC appuie donc la demande visant à ce que les décideurs puissent bénéficier, dans les meilleurs délais, d'un outil statistique les renseignant sur l'évolution et l'activité du secteur.

Cette démarche, devrait déboucher, comme il est préconisé, sur un schéma de développement touristique impliquant les populations, les élus et les professionnels. Il faut, en effet que soient étudiés, les besoins potentiels et aller au delà du seul tourisme métropolitain, pour gagner d'autres clientèles.

Le groupe de la CFTC ne peut qu'approuver les propositions, visant à rendre plus efficace la défiscalisation dont bénéficient les investissements Outre-mer, en les orientant vers la rénovation hôtelière.

Nous pensons, comme Madame la rapporteure, que le chômage important que connaissent les territoires d'Outre-mer nécessite, de développer le tourisme, pour créer des emplois et donner un avenir aux jeunes.

Le groupe de la CFTC n'est pas hostile, dans cette optique, aux mesures d'exonération des charges sociales, à la condition que ce dispositif fasse l'objet d'évaluations régulières, les fonds publics étant, d'abord là pour permettre un développement de l'activité favorable à l'emploi.

Il approuve, tout à fait, la proposition d'une convention-cadre, visant à assurer la pérennité des entreprises et le développement de l'emploi. Cet emploi ne doit pas être un emploi précaire et sous-qualifié, surtout dans le secteur de l'hôtellerie. Il faudrait, comme il est souhaité, dans l'avis, voir émerger une génération de cadres locaux.

Les problèmes de conciliation, entre les obligations du service public, auxquelles sont soumises les dessertes des DOM en matière de transport, et les nécessités de l'activité touristique, doivent faire l'objet d'une attention toute particulière débouchant sur des solutions.

Il est souligné à juste titre que le développement touristique, dans les territoires d'Outre-mer, doit être l'affaire de tous - État, collectivités locales et population - d'autant que ces territoires ont des richesses locales et culturelles à mettre en valeur.

Ce développement touristique, indispensable à l'emploi, ne doit cependant pas conduire à une destruction de l'environnement et les préconisations, à ce sujet, nous donnent satisfaction.

Il est noté que certains territoires connaissent une insécurité due à un immigration clandestine anarchique, problème auquel il faut être attentif, comme celui dû à la circulation de la drogue.

L'ensemble des mesures spécifiques à chacune des entités, préconisé, montre une excellente connaissance des différents territoires et, de ce point de vue, l'avis est particulièrement intéressant.

Le groupe de la CFTC a soutenu l'avis et a émis un vote positif.

Groupe de la CGT

L'avis effectue un constat lucide de la situation du tourisme dans l'Outre-mer français : au-delà des aléas statistiques et des disparités géographiques, on retrouve des éléments préoccupants : stagnation ou baisse du nombre de visiteurs, taux d'occupation de l'hôtellerie assez faibles, concentration des flux sur une période de l'année, fermetures d'hôtels et vieillissement du parc hôtelier. La zone Antilles-Guyane semble plus affectée que la zone pacifique mais partout le niveau de l'investissement reste insuffisant et la situation de l'emploi se dégrade. Nous partageons plusieurs des propositions axées sur une meilleure valorisation des atouts dont dispose l'Outre-mer, mais rien ne se fera sans l'adhésion des populations locales et des élus locaux dans une logique de développement durable à long terme, accepté par tous. Plutôt que de rechercher à copier certains modèles balnéaires, les départements et

collectivités d'Outre-mer doivent avant tout miser sur leurs avantages propres : qualité des infrastructures de santé et d'hygiène alimentaire, « plus-value » culturelle et gastronomique, respect de l'environnement, association de l'agriculture et de l'artisanat, recherche de règles démocratiques et sociales de haut niveau.

De ce point de vue, il faudra veiller *in fine* à ce que les mesures préconisées ne favorisent pas les grandes enseignes hôtelières internationales au détriment du développement indispensable de petites structures d'hébergement (petits hôtels, gîtes, etc.).

Le groupe de la CGT a davantage de difficultés sur la défiscalisation et les exonérations de cotisations sociales.

L'avis rappelle que selon le rapport de l'IGF, « *les mesures de défiscalisation ont entraîné des augmentations du coût du foncier et de la construction* ». À l'issue de la période de défiscalisation, des hôtels sont revendus à la découpe et transformés en résidences privées et la défiscalisation n'est pas adaptée à la petite hôtellerie : les buts affichés n'ont pas été atteints. De plus, la défiscalisation a généré des effets d'aubaine, de la spéculation immobilière et des bénéfices non réinvestis localement.

L'avis donne à penser que la défiscalisation est « globalement positive » ! Le groupe de la CGT en doute, mais nous pouvons cependant souscrire à la nécessité de réorienter les aides vers la rénovation de l'hôtellerie ou la réhabilitation du patrimoine historique en déshérence pour favoriser le développement de la petite hôtellerie.

Face à la dégradation de la situation de l'emploi, l'avis préconise principalement l'exonération des cotisations sociales pour le secteur de l'hôtellerie et de la restauration déplafonnée à deux fois le SMIC sur 5 ans et y ajoute des modulations de taxes. La CGT est par principe très réticente à la banalisation du recours aux exonérations de cotisations sociales. En tout état de cause, toute aide publique doit faire l'objet de contreparties strictes négociées et évaluées entre partenaires sociaux.

C'est ainsi que dans le cadre d'une négociation collective plus constructive dans l'hôtellerie, tout doit être fait pour développer la formation, favoriser l'entrée des jeunes diplômés, maintenir les salariés en fin de carrière dans l'emploi, développer la Validation des acquis de l'expérience, améliorer les conditions de travail et le niveau des salaires. Il faut miser sur les qualifications et le professionnalisme pour élever la qualité des prestations.

Le tourisme est certes une perspective d'avenir de l'Outre-mer français, mais l'avis aurait pu la considérer comme seulement l'une d'entre elles. L'Outre-Mer doit penser à diversifier ses activités économiques, tel que le Conseil économique et social l'a préconisé dans l'avis présenté en 2003 *Quels enjeux et quels développements économiques pour les agricultures dans les départements d'Outre-mer*.

Il aurait été souhaitable que l'avis aborde aussi ce qui se développe aujourd'hui autour du tourisme équitable ou solidaire. Le voyage est un moyen privilégié de compréhension entre les personnes et les peuples, de partage et de respect mutuel. L'Outre-mer français possède des atouts qui doivent le rendre exemplaire sur ces plans.

Le groupe CGT a voté l'avis.

Groupe de la CGT-FO

Le groupe Force ouvrière souligne avec force la qualité de ce travail qui donne une très juste photographie de la situation de l'industrie touristique dans les départements et collectivités d'Outre-mer, ce qui était difficile compte tenu de la grande diversité des situations de l'Outre-mer français, chaque collectivité étant unique et spécifique.

Le premier obstacle rencontré dans l'élaboration de ce travail est celui de la déficience de l'outil statistique en Outre-mer, et son amélioration est une première proposition. Le groupe FO soutient totalement cette démarche, de manière à ce que les décideurs des politiques à suivre n'avancent plus en aveugle comme actuellement. Il en va évidemment de l'intérêt de tous.

Au-delà des décideurs, il conviendra que les populations soient tenues informées, notamment des aspects liés à la qualité de l'accueil et de la perception que les visiteurs ont de leur territoire de manière à pouvoir agir ou réagir en temps réel auprès de leurs élus ou interlocuteurs sur le plan social.

L'avis évite l'écueil assez habituel lorsque est abordée l'industrie du tourisme, de rejeter la faute des nombreux dysfonctionnements sur les autres, population proche ou salariés du secteur.

Au contraire l'avis souligne que de nouvelles perspectives de développement devront s'élaborer avec l'adhésion de la population : le groupe retient comme un principe la proposition : « *Accueillir sans se faire envahir, offrir sans se sentir dépossédé* ».

C'est en fait les touristes qu'il faut aussi sensibiliser et rappeler que ces destinations en forme d'image de carte postale sont aussi des lieux de vie. Les femmes et hommes y résident avec leurs préoccupations quotidiennes.

Il faut surtout retenir que les départements et collectivités de l'Outre-mer français sont des lieux de très grande richesse culturelle dans de multiples domaines et que là résident sûrement des axes sérieux de développement d'un tourisme de qualité.

Concernant les salariés, le groupe FO soutient la proposition de négociation entre interlocuteurs sociaux de la branche de l'hôtellerie, tant pour les problèmes liés à l'emploi, à la formation, aux déroulements de carrière que bien entendu au temps de travail, aux salaires et à la protection sociale.

Les métiers de l'hôtellerie nécessitent un niveau important de professionnalisation et de connaissances. Des efforts ont déjà été entrepris - des lycées hôteliers et des centres AFPA de qualité existent - il faut reconnaître et valoriser leur travail et en développer d'autres, répondant aux nouvelles attentes en matière de loisirs et de vacances.

C'est à tous les niveaux de qualification qu'il faut agir, y compris celui de l'encadrement. Il en va de même des employeurs dans les structures familiales.

Il est bien entendu impossible de rassembler dans cette intervention tous les domaines abordés par l'avis, tant le souci du détail et de la focalisation sur chacune des collectivités concernées est important.

Le groupe Force ouvrière a voté l'avis.

Groupe de la coopération

L'avis présenté honore le Conseil économique et social car il manifeste la rigueur accordée par notre assemblée au suivi des travaux accomplis. Il est particulier et important car il se fonde sur un exercice d'évaluation d'une situation - celle du tourisme dans l'Outre-mer français - au regard des recommandations préconisées par notre assemblée dix ans auparavant dans l'avis de M. Miguel Laventure, *Le tourisme, facteur de développement de l'Outre-mer français*.

Face à un bilan mitigé (la plupart des difficultés qui freinent le développement du tourisme dans les collectivités françaises d'Outre-mer avait, en effet, déjà été identifiée en 1997), le groupe de la coopération soutient les voies et les moyens présentés dans l'avis qui visent à relancer le secteur touristique en Outre-mer et à assurer sa pérennité.

La récente tendance au déclin du secteur touristique dans les DOM et les COM et les enjeux économiques et sociaux plus larges (notamment le chômage et la précarité) auxquels ces entités sont confrontées rend urgente et nécessaire une action structurelle d'envergure qui se placerait dans une perspective de moyen à long terme.

Le tourisme est devenu l'une des principales sources de richesse des collectivités d'Outre-mer. Son intérêt économique réside surtout dans les effets d'entraînement qu'il génère. C'est pour cette raison que le groupe de la coopération souhaite des mesures fortes en faveur du secteur, qui doivent avant tout viser à accroître la compétitivité de l'Outre-mer français.

Les voyages vers les destinations « du bout du monde » ne sont plus l'apanage de quelques aventuriers richissimes ; ils sont devenus, grâce à la diminution des coûts de transport et au progrès des télécommunications, plus accessibles. Cependant, l'Outre-mer français n'a pas tiré parti de cette évolution, contrairement à certains de ses voisins devenus des concurrents. Nous partageons donc avec Madame la rapporteure l'idée selon laquelle l'Outre-mer doit développer une véritable stratégie reposant sur le développement d'une filière touristique et tenant compte, bien évidemment, des spécificités territoriales.

Menée sous la responsabilité des élus locaux et en partenariat avec la société civile, cette stratégie soulève des questions majeures, touchant à la fois au droit coutumier (notamment pour la propriété du sol) et à l'application de récentes dispositions législatives (telle la défiscalisation des investissements dans l'Outre-mer).

Elle doit être guidée par la recherche d'un équilibre entre ce secteur et les autres pans de l'économie. Elle doit aussi conduire à une répartition harmonieuse des fruits du tourisme afin de permettre l'amélioration des conditions de vie des populations locales. Enfin, elle doit respecter l'environnement.

Cette pluralité d'enjeux rend nécessaire de mener des efforts d'information, voire de participation, des populations locales.

Il ne s'agirait toutefois pas d'oublier que l'Outre-mer français possède des atouts majeurs : la qualité des infrastructures sanitaires, la sécurité des transports et des équipements, la stabilité politique et le patrimoine culturel constituent autant d'éléments qui, mieux valorisés, pourraient fonder la reprise du tourisme en Outre-mer.

Le groupe de la coopération a voté en faveur de l'avis.

Groupe des entreprises privées

Le travail et les débats de la section ont été riches et intéressants, pour cela le groupe félicite la rapporteure qui a su réconcilier des points de vue apparemment divergents, l'analyse de la situation ayant été effectué à partir de rapports administratifs émanant des autorités de tutelle. Les chiffres sont têtus.

Son désir d'écoute et l'importance de sa connaissance du terrain permettent à la rapporteure, au-delà de la reprise des rapports administratifs et des précédents travaux du Conseil économique et social, une véritable compréhension des réalités locales. De ce travail, il ressort un constat et des préconisations.

Le constat tout d'abord rappelle que le tourisme est essentiel au développement des collectivités d'Outre-mer, à tel point que certaines en ont fait une priorité stratégique.

Concernant les préconisations, l'avis qui nous est présenté aujourd'hui rappelle la nécessité d'une meilleure information statistique. Car, avant d'agir ou avant de réagir il faut évaluer les situations présentes et pouvoir mesurer l'incidence des nouvelles mesures à mettre en œuvre.

Le phénomène le plus préoccupant est l'essoufflement du tourisme en Outre-mer français par comparaison à ses voisins concurrents. Ces territoires doivent donc s'engager dans une véritable démarche de qualité au service des touristes et tout mettre en œuvre pour développer prioritairement le renouveau de ce tourisme, facteur économique et social essentiel pour ces régions.

L'avis formule des préconisations qui sont de bon sens, comme le développement de stratégies adaptées à chaque destination, l'amélioration des dessertes, le positionnement sur le marché, la professionnalisation des salariés, la rénovation du parc hôtelier, etc.

Le diagnostic formulé dans cet avis est juste et courageux, les mesures proposées sont cohérentes et utiles et de nature à renouveler les relations entre la métropole et les collectivités d’Outre-mer. Elles devraient permettre de développer le tourisme en tant que point d’appui pour diversifier l’économie.

Le groupe des entreprises privées a voté l’avis.

Groupe des Français établis hors de France, de l’épargne et du logement

M. Clave: « La France a une chance extraordinaire d’être présente sur la plupart des continents. Elle est en effet l’un des rares pays qui puisse offrir le dépaysement total dans des conditions sanitaires, monétaires et sécuritaires égales à celles de l’Europe ou presque. Mais ses départements et collectivités d’Outre-mer sont autant de bijoux mal utilisés, car le tourisme n’a pas toujours bénéficié de l’attention qu’il méritait, alors qu’il est pourtant une ressource essentielle, favorable au développement économique et à l’emploi dans ces territoires. Mais le tourisme ne s’improvise pas. C’est un secteur où le professionnalisme et le suivi sont indispensables et, comme le souligne la rapporteure, aucun projet de développement ne saurait réussir sans associer l’ensemble des acteurs du tourisme. Or, aujourd’hui, le parc hôtelier n’est plus au niveau de l’offre concurrente. L’offre de loisirs proposée est bien trop faible et non adaptée à l’attente de touristes internationaux de plus en plus difficiles à fidéliser. Le tout-balnéaire n’est plus aussi attractif que par le passé et la beauté des sites et les cultures locales ne sont pas suffisamment mises en valeur. Comment, dans ces conditions, relancer Outre-mer une industrie en pleine expansion partout dans le monde et créatrice d’emplois et de richesse ?

Il convient tout d’abord de redéfinir une véritable politique du tourisme associant les pouvoirs publics, les professionnels et la population locale, un important effort de pédagogie étant ici nécessaire pour intégrer la population à ces grands projets. Il convient par ailleurs de rassurer les investisseurs afin de redonner du lustre au parc hôtelier, en élargissant et en assouplissant la loi sur la défiscalisation, aujourd’hui trop restrictive et qui exclut souvent les petits investisseurs. Enfin, il faut aussi négocier de façon consensuelle sur les droits coutumiers des sols, lorsqu’ils existent, avec les chefs des sociétés traditionnelles et des zones uniquement prévues par le tourisme, qui ne puisse être transformées en espace locatif permanent.

L’État a un rôle capital à jouer dans cette relance mais les acteurs locaux également. Le touriste, qui doit être accueilli, respecté et choyé, désire aujourd’hui mieux connaître les cultures des pays qu’il visite et, pour cela, le contact avec les populations locales est indispensable, pouvant même constituer un fort facteur de fidélisation. Et s’il faut également professionnaliser le secteur en créant des filières hôtelières de haut niveau dans les Caraïbes, dans l’océan Indien et en Polynésie, il convient aussi de mettre en avant les ressources culturelles locales, en apportant un soutien à l’artisanat et en permettant, grâce à de meilleures infrastructures, la visite de sites uniques en Guyane et à La Réunion, par exemple.

J'aimerais citer cette très jolie phrase de l'avis : « *Accueillir sans se faire envahir, offrir sans se sentir dépossédé* », avant de conclure que le groupe des Français établis hors de France, de l'épargne et du logement votera le texte.»

Groupe de la mutualité

Dix ans après l'avis rendu par Miguel Laventure, sur *Le tourisme, facteur de développement de l'Outre-mer français*, le Conseil économique et social se penche à nouveau sur le sujet, dans le cadre d'une réflexion plus globale sur le tourisme.

Si le tourisme est une perspective d'avenir pour l'Outre-mer, il ne doit pas être l'unique orientation de développement économique des régions d'Outre-mer, car la domination d'un secteur peut se révéler un élément de fragilité pour l'économie d'une région. Compte-tenu de la diversité des situations, il est également difficile de proposer des solutions globales, un travail peut-être plus soutenu avec les CESR aurait été utile, notamment en raison des spécificités statutaires et de la diversité des compétences locales.

Le groupe de la mutualité regrette que l'importance du tissu associatif, à la fois comme structure d'accueil et d'hébergement mais également en contribuant à « intégrer » le tourisme dans et par les populations locales n'est pas été assez souligné, d'autant qu'il est un des meilleurs moyens de prendre en considération les spécificités locales.

Si la formation doit être développée pour les métiers du tourisme, elle doit l'être de façon plus générale, notamment sur la formation initiale car le niveau de l'illettrisme dépasse, Outre-mer, 30 % pour les plus de 46 ans. Le groupe de la mutualité partage la nécessité de généraliser l'apprentissage des langues étrangères à « l'ensemble des professions en contact avec les touristes » et plus globalement à l'ensemble de la population.

Pour le groupe de la mutualité, la politique de défiscalisation ne doit pas être le principal outil de développement touristique. Si comme le souligne l'avis, « *sa disparition en Outre-mer rendrait très difficile, voire impossible, la création de projets et leur financement* », les mesures qui reposent sur la formation des hommes, l'articulation du tourisme avec les activités traditionnelles (agriculture, artisanat) sont au moins aussi importants.

La question de l'utilisation des chèques vacances doit être effectivement préconisée : en développant le nombre de professionnels acceptant le titre chèque-vacances, en développant le nombre de bénéficiaires locaux du chèque-vacances et en valorisant la destination « Outre-mer » à travers des actions de communication et des offres de réduction. Par ailleurs, il faut soutenir l'attribution par l'ANCV de subventions destinées à participer au financement de projets d'équipements de tourisme et de loisirs à vocation sociale.

L'avis présente un ensemble de propositions assez complètes (tant sur le plan fiscal que celui de la formation...) face à la situation concurrentielle dans laquelle se trouvent les territoires d'Outre-mer.

Le groupe de la mutualité a voté l'avis.

Groupe de l'Outre-mer

Les collectivités d'Outre-mer ont besoin de développer leurs ressources propres. Celles-ci sont peu nombreuses, et le tourisme en est l'une des plus importantes.

Or, dix ans après avoir rendu un avis sur le tourisme Outre-mer, le Conseil constate que les difficultés qui planent sur ce secteur restent majeures. Les solutions proposées en vue d'améliorer la situation du tourisme Outre-mer se heurtent encore à plusieurs obstacles.

Fondamentalement, par rapport à la concurrence des pays voisins, les collectivités ultramarines, dont le niveau de vie est très supérieur, souffrent d'une insuffisance de compétitivité. Or elles disposent néanmoins d'atouts et d'un potentiel important. C'est pourquoi le gouvernement central et les exécutifs, ou gouvernement locaux, ont utilisé les mécanismes de défiscalisation pour recréer une attractivité suffisante. Cela ne suffit pas. D'autres difficultés existent :

- la rigidité des modalités administratives (procédures longues et complexes) ne permettant pas à tous d'accéder aux différents types d'aides existants ;
- la faiblesse de la promotion et des infrastructures d'accueil ;
- la desserte aérienne souvent peu commode et coûteuse ;
- la défiscalisation limitée à certains secteurs et ne profitant pas aux petits porteurs de projet.

Face à ces obstacles, le groupe de l'Outre-mer met l'accent sur certains points figurant dans l'avis :

a) revaloriser l'image des métiers du tourisme. Cela passe par :

- la reconnaissance du tourisme comme une ressource essentielle par l'ensemble de la population, qui doit en tirer à la fois fierté et revenus, selon l'expression contenue dans l'avis : « accueillir sans se faire envahir, offrir sans se sentir dépossédé » ;
- l'amélioration du dispositif de défiscalisation pour les investissements hôteliers, en particulier pour la rénovation, et l'amélioration du dispositif d'allègement de charges, mêmes si celui-ci n'est pas considérable ;
- le renforcement de la qualité identitaire et culturelle du produit touristique.

- b) renforcer les aides financières aux petits porteurs de projets et soutenir les particuliers louant des appartements individuels ou collectifs à des touristes. Cette dernière idée serait un autre moyen de développer le parc hôtelier et l'hôtellerie de proximité dans le but d'améliorer la connaissance des cultures locales, afin que les touristes repartent en ayant la conviction d'avoir découvert plus que des paysages naturels.
- c) fournir, tout comme en Nouvelle Calédonie et en Polynésie, une assistance pour accompagner les petits porteurs de projets quant au montage des dossiers, leur suivi, ainsi que les formations afférentes.
- d) attirer les grandes chaînes hôtelières mondiales pour assurer la gestion des investissements hôteliers effectués grâce à la défiscalisation, à l'instar de ce qui se passe en Polynésie.

Le groupe de l'Outre mer partage la conclusion de l'avis.

L'État doit accompagner les projets par des moyens financiers mais également par des moyens administratifs plus souples et adaptés.

Une réelle volonté politique des élus accompagnée d'une implication de la population pourrait à la fois contribuer à une concrétisation des projets touristiques et à leurs développements sur le long terme.

Le groupe de l'Outre-mer a voté l'avis.

Groupe des personnalités qualifiées

M. Aillagon : « Le projet d'avis témoigne de l'attention toute particulière que le Conseil porte au développement économique, social, culturel et humain de la France d'Outre-mer et des collectivités qui la composent. L'élaboration de ce texte a d'ailleurs donné lieu à une collaboration particulièrement tonique entre la section du cadre de vie et le groupe de l'Outre-mer, plus particulièrement attentif à la prise en compte des spécificités et des intérêts des collectivités dont il représente les forces vives. La section, elle, a manifesté une attention soutenue à l'égard de toutes les questions relatives au développement touristique, ce dont témoignent les travaux déjà conduits par MM. Daguin, Marcon, ainsi que ceux programmés et confiés à M. Bernard Plasait, intérêt d'autant plus légitime que l'activité touristique est, de façon générale, en fort développement sur la scène internationale.

La France étant une destination touristique majeure, mais menacée, il est pertinent de s'interroger sur la place qu'occupent les collectivités d'Outre-mer dans le bilan de cette activité, d'autant que beaucoup d'entre elles relèvent de contextes géographiques propices au développement touristique. Ainsi l'avis met-il en évidence, de façon fine puisque les particularismes de chacune de ces collectivités sont pris en compte, le regrettable paradoxe qui fait que le tourisme décline dans la France d'Outre-mer, au moment où il augmente dans le monde et plus particulièrement dans des territoires géographiquement proches.

Le rapport souligne également avec force un autre symptôme inquiétant de cette situation : alors que le taux de chômage est souvent plus élevé Outre-mer que dans la métropole, le tourisme, activité dont le développement serait le plus en mesure de contribuer à l'amélioration de l'emploi, ne remplit pas cet office de façon satisfaisante, alors que ces territoires bénéficient, par rapport à ceux de leur environnement géographique, d'atouts véritables, comme la sécurité des prestations sanitaires par exemple.

Comme tant d'autres territoires de la République, les collectivités ultramarines sont aujourd'hui confrontées à la question de savoir de quelle façon elles peuvent assurer à ceux qui y vivent des perspectives de travail et donc de développement. Si le tourisme ne peut constituer la seule de ces perspectives, on doit cependant s'attacher à en explorer toutes les ressources. Et si la situation géographique et climatique particulière de chacune de ces collectivités l'expose à des conditions qu'on ne peut réduire à des généralités simplistes, des questions communes à l'ensemble ultramarin se posent cependant. Ainsi, les propositions qui concluent le rapport sont mesurées et pertinentes, tout particulièrement quand elles recommandent l'amélioration et l'usage de dispositifs de défiscalisation et d'exonération des charges qu'une analyse trop rapide aurait pu conduire à tout simplement récuser. Elles attachent également aux questions relatives à la desserte aérienne et à sa tarification une attention prioritaire.

Enfin, dans la mesure où il concerne les intérêts de territoires spécifiques et ceux de la nation tout entière, l'avis renvoie également, au-delà de ses aspects techniques, à des questions politiques. Comment, en effet, sans remettre en cause l'appartenance de ces territoires à la République, sans ébranler le principe d'égalité des citoyens sur tout le territoire national, sans renoncer à l'expression de la solidarité de la République à l'égard de ces territoires et à celle de ces territoires à l'égard de la République, peut-on mieux assurer leur développement, en prenant en compte de façon plus concrète les données économiques et sociales qui caractérisent leur environnement géographique et humain ?

Les collectivités d'Outre-mer partagent avec la France métropolitaine un ancien compagnonnage, plus ancien que celui de bien des territoires de la France continentale. Le meilleur service qu'on peut rendre à la pérennité de cette alliance, comme l'a bien compris la rapporteure, c'est d'assurer la dignité et la prospérité de ceux qui y vivent. Cet enjeu mérite mieux qu'une solidarité aveugle et sans nuance : il appelle de la subtilité et le sens aigu des réalités. L'avis est marqué de ces qualités de discernement, et c'est la raison pour laquelle je le voterai. »

M. Marcon : « Je me félicite que le Conseil devienne spécialiste en matière de tourisme, puisque c'est la troisième saisine sur ce thème en un an. On pouvait toutefois craindre les répétitions, voire la banalité de propositions portant sur une activité économique qui, Outre-mer comme sur l'hexagone, a pour but de satisfaire le désir de chacun de s'évader de son environnement quotidien, de se reposer, de se distraire. Au contraire, l'avis comporte des propositions très novatrices, bien adaptées à l'Outre-mer et complétant tout naturellement celles des avis précédents. Il convient donc de saluer l'important travail de recherche et

de réflexion fait par la section et l'obstination de la rapporteure pour dresser un état des lieux précis.

Certes, les chiffres sont souvent discutables, quand ils ne sont pas contradictoires, et comment, dans ces conditions, faire des propositions précises? On se heurte à de grosses difficultés d'analyse et de comparaison sur des territoires hétérogènes : quoi de commun en effet entre les îles du Pacifique, celles de l'Atlantique ou celles de l'océan indien ? Difficulté aussi de faire une analyse objective et sans complaisance, de recueillir des avis sans heurter les susceptibilités et sans remettre en cause des positions bien campées de professionnels ou d'institutionnels locaux. Difficultés enfin de discuter, voire de critiquer certains dispositifs, notamment, fiscaux, qui n'ont pas toujours fait la preuve de leur efficacité.

Dans ces conditions, il convient de souligner la pertinence des propositions, de la rapporteure notamment dans le domaine de l'observation. De fait, il est urgent, mais ce n'est pas propre aux territoires d'Outre-mer, d'améliorer l'observation touristique pour mieux comprendre ce qui se passe réellement. Il faut également souligner, comme le fait la rapporteure, l'importance que l'on doit accorder à la qualité des produits et surtout à leur commercialisation, qui doit être préparée par de véritables plans marketings actuellement inexistantes. De même, la formation professionnelle semble-t-elle effectivement essentielle dans ces territoires. Enfin, l'avis propose des dispositifs de financement très novateurs, difficiles à mettre en oeuvre certes, mais qui semblent être une véritable réponse à la préoccupation de ces régions.

Je voterai donc l'avis, souhaitant que ses propositions soient mises en oeuvre au bénéfice des consommateurs mais aussi et surtout des populations ultramarines ».

Groupe des professions libérales

Les clichés réducteurs de la France des tropiques - soleil, musique, fête - font l'impasse sur des réalités moins idylliques. Serait-ce une lapalissade que de dire que lorsqu'on ne sait pas mettre en valeur ses atouts, on accroît ses faiblesses ? Le tourisme dans les départements et territoires d'Outre-mer pourrait illustrer cette formule. Le tour d'horizon fait par la rapporteure des collectivités hors métropole éclaire notre jugement à travers leurs points communs et différences.

S'il n'est pas possible de gommer les handicaps dus à leur éloignement, au caractère insulaire de certains d'entre eux, s'il est difficile de lutter contre la concurrence inéquitable des marchés voisins peu scrupuleux du niveau de vie de leur concitoyens, au moins peut-on développer leurs points forts.

La rapporteure a raison de dire qu'il faut une prise de conscience de la population locale et des acteurs économiques locaux de leurs atouts, aujourd'hui encore insuffisamment exploités. L'activité économique locale est le plus souvent dépendante du seul niveau de l'activité touristique. Repenser la politique de l'accueil du touriste, dans cet esprit-là et dans une optique pérenne confirme que se contenter d'une politique homéopathique serait une erreur. Il faut savoir remettre en question les pratiques existantes, en adoptant l'offre à la demande, en requalifiant une population jeune trop souvent égarée dans des filières inutiles. Les activités économiques locales en seraient revigorées. Des entreprises artisanales commerciales ou libérales verraient le jour, répondant ainsi au danger de la monoactivité.

Le rapporteur a bien listé les stratégies efficaces pour développer la filière, avec au cœur de l'action de reconquête de la clientèle, la promotion de destinations à forte identité, le développement de la petite hôtellerie de charme, le renforcement du professionnalisme pour élever la qualité de l'accueil.

Dynamiser le marché du tourisme passe par des mesures attractives. La défiscalisation atténue certains handicaps structurels, renforce le secteur marchand et diversifie les activités en attirant les investissements. Les exonérations de charges sociales, facteurs de compétitivité pour les entreprises confrontées à la concurrence des pays voisins aux coûts de travail plus bas favorisent l'emploi. Ces mesures ont incontestablement stimulé les initiatives locales de développement. Et même si certaines - dans des cas particuliers - se sont avérées à l'origine d'effets pervers, leur remise en cause serait destructrice.

L'Outre-mer n'est pas oublié. Nous sommes dans l'alternative suivante :

- faut-il recentraliser le débat au niveau de la métropole largement mise à contribution, en adoptant une politique à géométrie variable en fonction des spécificités de chaque territoire ?
- faut-il délocaliser ce débat au niveau des territoires auxquels on donne plus d'autonomie de gestion ?

Le choix est politique, il ne concerne pas que le tourisme. Ce n'est pas à notre assemblée de le trancher. Il faut sortir du reproche d'assistanat que formulent certains métropolitains et faire en sorte que les ultra-marins n'aient plus le sentiment d'un paternalisme condescendant. Il faut instaurer un véritable dialogue entre l'Outre-mer et la métropole et créer un partenariat solide entre les acteurs locaux. Il ne faut pas hésiter à faire des évaluations plus rapprochées des politiques mises en oeuvre.

Tout laxisme serait préjudiciable... tel est le fil conducteur de l'avis, c'est pourquoi le groupe des professions libérales l'a voté.

Groupe de l'UNAF

Le groupe de l'UNAF félicite la rapporteure pour ce travail excellent, réalisé sur *Les perspectives d'avenir du tourisme de l'Outre-mer français*.

Il apparaît clairement que l'évolution de ce secteur économique constitue un enjeu essentiel, certes, pour les territoires et les populations concernées, mais aussi pour l'ensemble du pays. L'avis le met parfaitement en évidence. Cela aurait peut-être mérité d'être énoncé encore plus nettement en préambule, compte tenu des efforts incessants et continus que la collectivité nationale consent, et qui sont rappelés dans cette introduction.

Ceci n'est pas une critique ni une remise en cause de ces efforts : que nos amis de l'Outre-mer se rassurent. Il ne s'agit donc pas tant d'adapter une politique nationale à la volonté locale, mais de mettre en œuvre dans ce secteur comme dans d'autres, une véritable politique de décentralisation. La politique déployée au fil des ans pour le tourisme en est la démonstration éclatante.

Cela signifie que nous avons, non seulement à tenir compte, comme le propose l'avis avec pertinence, des spécificités géographiques, économiques, sociales, culturelles locales, mais aussi du statut institutionnel adopté par les populations de ces territoires. Cela implique une gradation des droits et des devoirs réciproques entre communauté nationale et institutions locales, entre acteurs économiques et sociaux de ces territoires et leurs instances nationales. Telle est notre première remarque.

Il y a donc nécessité d'une véritable vision stratégique dans le secteur du tourisme de la part des populations et des autorités locales dont vous montrez qu'elle est absente dans la plupart de ces territoires, sauf exception. La méthode contractuelle prend alors tout son sens, surtout en matière touristique, car elle implique une responsabilité réciproque et non perpétuellement une attitude de négociation souvent conflictuelle.

Notre deuxième observation veut souligner l'effort central encore à conduire de formation qualifiante au bénéfice de l'ensemble de la filière touristique. Le groupe de l'UNAF aurait souhaité que ce chapitre soit plus longuement développé, car les propositions faites paraissent devoir être reprises en totalité et leur mise en œuvre considérée comme prioritaire.

Non seulement les professionnels du tourisme y trouveront leur compte, mais encore, il s'agit d'un levier puissant pour offrir aux jeunes, à tous niveaux de formation, des perspectives de carrière et ainsi consolider le tissu social et familial. L'UNAF insiste pour que l'État, les collectivités, les partenaires sociaux mettent en œuvre dans les prochains mois les propositions formulées. La convention-cadre que vous évoquez doit être, pour avoir toute son efficacité, élaborée et signée par les trois parties. Il convient de préciser que l'UNAF et les UDAF, comme tous les mouvements familiaux (dont l'Union des maisons familiales rurales et d'autres), sont prêts à participer aux réflexions et à développer leurs efforts en ce sens.

Enfin, le groupe de l'UNAF veut souligner une fois de plus, la dimension familiale dans la mise en œuvre de la politique touristique. Les richesses culturelles de chacune de ces collectivités ultra-marines sont encore largement sous-exploitées. Or, leur mise en valeur raisonnée est l'une des clefs du renouveau et de l'essor d'un tourisme à la fois intelligent et rentable dans ces territoires. C'est vrai en métropole, c'est encore plus vrai en Guyane ou à Wallis et Futuna.

Ces richesses trouvent leurs racines comme leur expression dans chacune des familles vivant dans ces régions qui nous sont chères. L'éclatement des familles, leur dispersion presque obligée et contrainte, ne cessent d'appauvrir ce patrimoine au lieu de le renouveler. Ce n'est ni à l'école, ni dans les milieux professionnels, que l'on recréera les conditions favorables à la renaissance, par exemple, d'une petite hôtellerie conviviale et accueillante que vous appelez de vos vœux.

Aussi, ne peut-on pas parler des questions posées par les allers et retours des « domiens » sous le seul angle des transports et des liaisons aériennes. Il faut se préoccuper de l'accueil des jeunes, souvent appelés à quitter très tôt leur environnement familial, de leur insertion, mais aussi de l'image que l'on donne de leurs régions d'origine. Sinon, ils versent soit dans le mépris de leurs origines familiales, soit dans le rejet de la métropole. Afin de pallier aux sentiment d'incompréhension, parfois d'hostilité, il convient de recréer de vrais liens par les familles entre métropole et populations de ces territoires. C'est sans doute en changeant notre regard réciproque que nous jouerons notre meilleur atout concurrentiel par rapport aux régions étrangères voisines de chacune de ces collectivités d'Outre-mer.

Le groupe de l'UNAF a voté favorablement l'avis.

Groupe de l'UNSA

L'avis se veut être une réflexion globale et particulière sur les perspectives d'avenir du tourisme dans les outre-mers. Cet effort est plus que louable lorsque l'on sait l'importance qu'a pris et que devrait prendre encore ce secteur d'activité dans leurs économies. L'UNSA a, cependant, un sentiment mitigé à la lecture de cet avis.

Certes, il apporte un certain nombre de réponses qu'elle partage, en particulier sur les problèmes du foncier, de l'animation ou encore du renforcement du professionnalisme, de la recherche évidente de nouveaux marchés, de la mise en place de synergie régionale. Mais, il lui semble que trop souvent la globalisation des régions et collectivités nuit à la cohérence de l'ensemble.

Par ailleurs, un lecteur non averti aurait plutôt tendance, s'il avait un choix de vacances à faire rapidement, à s'orienter vers les pays de concurrence où tout est présenté de manière idyllique, ce qui n'est pas le cas sur bien des domaines.

De plus, il n'apparaît pas logique de comparer le traitement du tourisme entre deux entités qui n'ont pas les mêmes prérogatives : les régions et collectivités sont du ressort de la France, leurs pays environnants sont pour leur plus grande majorité indépendants et jouissent donc de pouvoirs régaliens et de mise en place de politiques non comparables avec ce qui est du domaine du possible en particulier pour des régions.

S'il est indéniable que le tourisme est d'abord affaire des élus locaux, on ne saurait exonérer l'État de ses responsabilités dans l'attribution incohérente de compétences en matière de tourisme. Ainsi, sur ce dernier point, État, région, département, intercommunalités, communes ont des obligations diverses et variées. Il eut été souhaitable que l'avis propose une mise en cohérence, voire même la mise en place d'un seul et unique interlocuteur et responsable pour l'ensemble de ce domaine d'activité. De même, l'UNSA s'interroge sur le réel pouvoir qu'auraient les autorités locales tant d'utiliser les politiques d'ajustement tarifaire, dans le cadre des conditions économiques que d'imposer une politique de forfait à des chefs d'entreprise.

Comme souligné lors d'un précédent rapport de notre Conseil, le tourisme ne peut se concevoir sans évoquer l'aménagement du territoire, l'offre hôtelière dont la restauration. Or, ce dernier point n'est pratiquement pas traité sauf sous l'angle de l'exotisme, ce qui est réducteur. Lors de ce même rapport, l'UNSA avait souhaité que soient abordées les problématiques des personnels de ces métiers. Elle regrette que cette vision ne soit abordée que sous l'angle d'une simple demande de discussion sociale - ce qui est juste - mais il aurait fallu, aussi, inciter à la mise en place effective des conventions collectives - y compris les déroulements de carrière - là où elles ne le sont pas ou très partiellement, ce qui est aussi une source de concurrence déloyale.

L'UNSA prend cependant acte de cet avis qui a le mérite de regrouper des propositions souvent éparses, mais qui sont souvent en phase d'être mises en place dans bien des régions et collectivités d'Outre-mer.

Avec ce sentiment mitigé, l'UNSA s'est abstenue.

ANNEXE A L'AVIS

SCRUTIN

Scrutin sur l'ensemble du projet d'avis

Nombre de votants.....193

Ont voté pour.....185

Se sont abstenus.....8

Le Conseil économique et social a adopté.

Ont voté pour : 185

Groupe de l'agriculture - MM. Aussat, Baucherel, de Beaumesnil, de Benoist, Boisson, Canon, Cazaubon, Mme Cornier, MM. Couturier, Ferré, Giroud, Guyau, Lépine, Pelhate, Salmon, Sander, Thévenot, Vasseur.

Groupe de l'artisanat - MM. Alméras, Dréano, Griset, Lardin, Liébus, Martin, Paillasson, Perrin.

Groupe des associations - Mme Arnoult-Brill, MM. Da Costa, Leclercq, Pascal, Roirant.

Groupe de la CFDT - Mme Azéma, M. Bérail, Mmes Boutrand, Collinet, MM. Heyman, Jamme, Mme Lasnier, MM. Le Clézio, Legrain, Mme Pichenot, M. Quintreau, Mme Rived, M. Toulisse, Mme Tsao, MM. Vandeweegehe, Vérolet.

Groupe de la CFE-CGC - Mme Dumont, MM. Garnier, Labrune, Saubert, Van Craeynest, Mme Viguier, M. Walter.

Groupe de la CFTC - MM. Coquillion, Fazilleau, Louis, Mme Simon, MM. Vivier, Voisin.

Groupe de la CGT - Mmes Bressol, Chay, Crosemarie, MM. Decisier, Dellacherie, Delmas, Mme Doneddu, M. Durand, Mmes Geng, Hacquemand, MM. Larose, Mansouri-Guilani, Michel, Muller, Rozet, Mme Vagner.

Groupe de la CGT-FO - MM. Bécuwe, Bilquez, Bouchet, Mme Boutaric, MM. Daudigny, Devy, Lemercier, Mazuir, Noguès, Mmes Peikert, Perray, Pungier, MM. Quentin, Reynaud, Mme Videlaïne.

Groupe de la coopération - Mme Attar, MM. Budin, Fosseppez, Fritsch, Gautier, Prugue, Ségouin.

Groupe des entreprises privées - Mme Bel, MM. Bernardin, Buisson, Mme Clément, MM. Creyssel, Daguin, Didier, Mme Felzines, MM. Gautier-Sauvagnac, Ghigonis, Gorse, Jamet, Lebrun, Lemor, André Marcon, Mariotti, Mongereau, Pellat-Finet, Placet, Salto, Schilansky, Pierre Simon, Didier Simond, Talmier, Tardy, Veysset, Mme Vilain.

Groupe des entreprises publiques - MM. Ailleret, Blanchard-Dignac, Brunel, Chertier, Dupont, Mme Duthilleul, M. Gadonneix.

Groupe des Français établis hors de France, de l'épargne et du logement - Mme Bourven, MM. Cariot, Clave, Feltz.

Groupe de la mutualité - MM. Caniard, Davant.

Groupe de l'Outre-mer - Mmes André, Moustoifa, MM. Omarjee, Paoletti, Penchard.

Groupe des personnalités qualifiées - MM. d'Aboville, Aillagon, Aurelli, Baggioni, Cannac, Dechartre, Mmes Dieulangard, Douvin, MM. Duharcourt, Duquesne, Figeac, Gentilini, Mme Kristeva-Joyaux, MM. de La Loyère, Mandinaud, Jean-Pierre Marcon, Masanet, Massoni, Mme Morin, MM. Novion, Obadia, Pasty, Plasait, Mme Rolland du Roscoät, MM. Roulleau, Roussin, Slama, Sylla, Valletoux, Vigier.

Groupe des professions libérales - MM. Capdeville, Mme Socquet-Clerc Lafont, M. Vaconsin.

Groupe de l'UNAF - Mme Basset, MM. Brin, Édouard, Fresse, Guimet, Laune, Mmes Lebatard, Therry, M. de Viguerie.

Se sont abstenus : 8

Groupe de l'agriculture - MM. Boigontier, Szydlowski.

Groupe des personnalités qualifiées - Mmes Benatsou, Cuillé, M. Ferry.

Groupe de l'UNSA - MM. Duron, Martin-Chauffier, Olive.

DOCUMENTS ANNEXES

Document annexe 1 : Quelques données sur la situation du tourisme dans le milieu des années 90

Tout d'abord, il convient d'essayer de situer l'économie générale de l'Outre-mer par rapport à la métropole. Le premier tableau donne un éclairage économique dans les DOM et le second porte sur l'emploi dans tout l'Outre-mer.

Tableau 1 : Données comparatives de base sur l'économie des DOM et de la métropole

Part relative des DOM dans les statistiques nationales (en pourcentage)					
	1974	1982	1986	1990	1992
PIB	0,8	0,9	0,9	1,1	1,2
Consommation	1,2	1,4	1,4	1,6	1,6
Importations	1,9	2,3	2,2	2,6	2,6
Exportations	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6
Investissements (FDCF)	0,6	1,1	1,1	1,6	1,6

Source : INSEE.

Le tableau suivant montre le déséquilibre dans les échanges des DOM. En 1995, le taux de couverture des importations par les exportations était de 23,7 % en Guadeloupe, 28,9 % en Martinique, 82,2 % en Guyane et 15,7 % à La Réunion et déjà les recettes apportées par le tourisme dépassaient celles procurées par les exportations agricoles (sucre et banane essentiellement).

Tableau 2 : PIB dans les DOM en 1995

en milliards de francs

	Guadeloupe	Martinique	Guyane	Réunion
PIB	28,2	29,5	10,8	42,6
PIB marchand	18,6	19,5	7,4	25,6
PIB non marchand	9,6	10,0	3,4	17,0
Importations	10,5	10,7	9,6	14,6
Exportations ¹	2,5	3,1	7,9	2,3

Source : INSEE.

¹ Les exportations sont augmentées de la correction territoriale pour tenir compte de la consommation sur le territoire de ménages non résidents.

Dans le tableau n° 4, consacré aux flux touristiques dans le monde. On peut observer que les parts de marché des DOM augmentent plus vite que le nombre total des arrivées touristiques entre 1990 et 1994 et que leur croissance à deux chiffres est supérieure à la moyenne dans la zone. La Nouvelle-Calédonie en revanche accuse une régression due aux tensions politiques du moment.

Tableau 3 : L'emploi dans l'Outre-mer

	Métropole	Guadeloupe	Martinique	Guyane	Réunion	Mayotte	Saint-Pierre-et-Miquelon	Nouvelle-Calédonie	Polynésie française	Wallis-et-Futuna
Population totale (1995)	57 700 000	417 000	388 300	152 000	664 200	94 385	6 392	164 173	199 137	13 700
Population active occupée en 1993	22 270 000	128 400	120 200	36 584	153 300	16 793	2 695	54 230	64 008	1 808
Dont en pourcentage:										
- agriculture	5,7	7,8	7,7	11,4	7,6	18,5	2,7	14,3	11,8	0,1
- énergie et industrie	22,7	8,2	8,8	3,6	7,7	7,6	18,5	11,3	9,1	3,8
- bâtiment	7,4	11,9	8,4	12,1	11,3	18,5	5,8	8,3	8,7	16,5
- services marchands	45,0	43,7	42,8	34,9	36,2	27,3	41,0	33,1	34,1	19,4
- services non marchands	19,1	29,1	32,3	33,0	37,1	28,0	1,9	32,9	36,4	6,1
Pourcentage des salariés du secteur privé	66,1	62,9	60,1	57,9	57,2	57,2	51,1	63,9	55,4	58,8
Pourcentage des salariés du secteur public	33,9	37,1	39,9	42,1	42,8	42,8	48,9	36,1	44,6	41,2
Chômeurs (BIT) en 1995 (en %)	11,6	26,2	26,1	23,0	34,3	37,8	9,5	16,0	9,7	13,2
Allocataires du RMI en 1995 ¹	808 303	26 387	20 696	7 004	50 946	-	-	-	-	-
PIB 1993 (en millions de francs)	7 077 087	18 984	22 969	7 989	33 711	-	-	-	-	-
PIB 1993 par habitant (en milliers de francs)	122 750	46 484	60 861	57 516	52 946	-	-	-	-	-
PNB par habitant (en dollars) en 1993 ²	-	-	-	-	-	1 000	10 000	9 000	7 000	2 500

Source : INSEE.

¹ Le RMI n'était pas applicable dans les territoires d'Outre-mer à cette époque.² Atlaseco-INSEE, la France et ses régions (février 1997).

Tableau 4 : Répartition des arrivées internationales dans les DOM-TOM

Destinations	Arrivées de touristes (en milliers de francs)					Évolution moyenne annuelle
	1990	1991	1992	1993	1994	90/94
Monde	457 000	464 000	502 000	512 000	537 000	4,1 %
Évolution (en pourcentage)		1,6 %	8,2 %	2,0 %	4,9 %	
Amériques dont :	93 500	96 800	103 600	104 200	107 100	3,5 %
Pourcentage		3,5 %	7,0 %	0,6 %	2,8 %	
Caraïbes dont :	11 232	11 222	11 660	12 840	13 605	4,9 %
- Martinique	282	315	321	366	418	10,5 %
- Guadeloupe	331	370	341	453	556	13,8 %
- Amérique du Sud dont :	8 791	9 824	10 590	11 744	12 723	9,8 %
- Guyane	156	166	173	151	162	0,9 %
		6,4 %	4,2 %	- 12,7 %	7,3 %	
Afrique dont	15 100	16 000	17 800	18 400	18 400	5,1 %
Afrique orientale dont :	2 853	2 941	3 038	3 435	3 549	5,6 %
Réunion	200	186	217	242	263	7,1 %
		- 7,0 %	16,7 %	11,5 %	8,7 %	
Asie de l'Est/Pacifique dont :	53 100	54 900	62 600	69 600	76 700	9,6 %
Mélanésie dont :	451	428	455	459	499	2,6 %
- Nouvelle-Calédonie	87	81	78	81	85	- 0,6 %
		- 6,9 %	- 3,7 %	3,8 %	4,9 %	
Polynésie dont :	284	260	269	318	346	5,1 %
- Polynésie française	132	121	124	148	166	5,9 %
		- 8,3 %	2,5 %	19,4 %	12,2 %	
Europe	284 100	285 600	306 000	307 500	322 300	3,2 %
		0,5 %	7,1 %	0,5 %	4,8 %	
Moyen-Orient	7 600	7 000	8 600	8 700	9 100	4,6 %
	-	- 7,9 %	22,9 %	1,2 %	4,6 %	
Asie du Sud	3 200	3 300	3 600	3 600	3 900	5,1 %
		3,1 %	9,1 %	0,0 %	8,3 %	

Source : OMT et organismes touristiques respectifs des DOM-TOM.

Tableau 5 : Comparaison des arrivées internationales dans les DOM-TOM et dans quelques îles voisines

	Arrivées de touristes (en milliers)					Evolution 94/93 (%)	Évolution moyenne annuelle 90/94 (%)
	1990	1991	1992	1993	1994		
Guadeloupe (fr)	331	370	341	453	556	22,7	13,8
Martinique (fr)	282	315	321	366	419	14,65	10,5
Saint-Maarten	565	548	569	520	586	12,7	0,9
Barbade	432	394	385	418	447	6,9	0,9
Guyane ¹ (fr)	156	166	173	151	162	7,3	0,9
Guyana (1990-1993)	64	73	75	107	nd	-	18,6
Surinam	28	30	30	30	30	0,0	1,7
Réunion	200	186	217	242	245	8,7	7,0
Maurice	292	301	335	375	401	6,9	8,2
Seychelles	104	90	99	116	110	- 5,1	1,4
Nouvelle-Calédonie (fr)	85	81	78	81	85	4,9	0,0
Fidji	279	259	279	287	319	11,0	3,4
Vanuatu	35	40	43	45	46	2,2	7,0
Polynésie française (fr)	132	121	124	148	166	12,0	5,9
Cook Islands	34	40	50	53	57	7,5	13,8
Samoa	48	35	38	47	50	6,4	1,0

Source : OMT, Observatoire national du tourisme (le tourisme dans les DOM-TOM).

¹ Arrivées de passagers.

Tableau 6 : Répartition des recettes internationales dans les régions réceptrices

	Recettes au titre du tourisme international (millions de \$ US)					Evolution 94/93 (%)	Évolution moyenne annuelle 90/94 (%)
	1990	1991	1992	1993	1994		
Monde	260 000	267 500	305 900	309 100	340 700	10,2	7,0
Amérique dont :	69 500	76 700	84 800	90 600	95 800	5,7	8,4
- Caraïbes dont :	8 725	8 930	9 810	10 903	11 560	6,0	7,3
- Guadeloupe (fr)	197	234	269	370	397	7,3	19,1
- Martinique (fr)	240	255	282	332	379	14,2	12,1
- Saint-Maarten	316	310	338	375	421	12,3	7,4
- Barbade	494	543	463	502	564	12,4	3,4
Asie de l'Est/Pacifique dont	38 822	40 000	47	52 200	62 600	19,9	12,7
- Mélanésie dont :	377	369	404	412	449	9,0	4,5
- Nouvelle-Calédonie (fr)	94	94	93	95	96	1,1	0,5
- Fidji	199	194	218	236	262	11,0	7,1
- Vanuatu	39	35	38	30	30	0,0	- 6,3
Polynésie dont :	226	209	233	256	308	20,3	8,0
- Polynésie française (fr)	171	150	170	200	235	17,5	8,3
- Samoa occidentales	20	18	17	21	23	9,5	3,6
- Cook Islands	16	21	27	33	35	6,1	21,6

Source : OMT, Observatoire national du tourisme (le tourisme dans les DOM-TOM).

Ce panorama de la situation touristique de l'Outre-mer français et des zones géographiques dans lesquelles ces collectivités s'insèrent a très grandement évolué au cours de ces années. Si les flux touristiques se sont intensifiés, leur répartition s'est fortement modifiée dans ces zones, s'agissant en particulier des destinations émergentes.

Document annexe 2 : Quelques données économiques et touristiques récentes

Tableau 1 : Les comptes économiques régionaux (DOM)
Évolution à prix courants (en millions d'euros)

	1998	1999	2000	2001	2002	Variations 2002/2001
GUADELOUPE						
PIB (Produit intérieur brut)	5 039	5 328	5 593	5 940	6 202	+4,4%
Importations	1 848	1 725	2 010	2 059	2 019	-1,9%
Total des ressources	6 886	7 053	7 603	7 999	8 221	+2,8%
Consommation finale effective	5 122	5 322	5 724	6 082	6 351	+4,4%
ménages	3 478	3 469	3 674	3 935	4 030	+2,4%
administrations (APU+ISBLSM)	1 644	1 853	2 050	2 148	2 321	+8,1%
FBCF (Formation brute de capital fixe)	1 313	1 226	1 375	1 406	1 416	+0,7%
Variations des stocks	-11,8	9	-33,7	-43,2	-51,3	+18,8%
Exportations	462	496	538	553	505	-8,7%
Total des emplois	6 886	7 053	7 603	7 999	8 221	+2,8%
MARTINIQUE						
PIB	5 205	5 402	5 496	5 911	6 149	+4,0%
Importations	1 671	1 706	1 958	2 012	1 941	-3,5%
Total des ressources	6 876	7 108	7 454	7 923	8 090	+2,1%
Consommations finale effective	5 252	5 499	5 774	6 136	6 426	+4,7%
ménages	3 484	3 533	3 702	3 937	4 039	+2,6%
administrations (APU+ISBLSM)	1 768	1 966	2 072	2 199	2 387	+8,5%
FBCF	1 056	1 087	1 080	1 189	1 128	-5,1%
Variations des stocks	4	-34	15	20	-35	-275,0%
Exportations	564	557	585	578	571	-1,2%
Total des emplois	6 876	7 108	7 454	7 923	8 090	+2,1%
GUYANE						
PIB	1 796	1 905	1 729	2 045	ND	ND
Importations	1 581	1 418	1 910	1 497		
Total des ressources	3 377	3 323	3 639	3 542		
Consommations finale effective	1 776	1 897	1 959	2 030		
ménages	972	996	1 042	1 048		
administrations (APU+ISBLSM)	804	900	917	982		
FBCF	387	394	420	529		
Variations des stocks	-4	-87	-15	4		
Exportations	1 218	1 118	1 274	978		
Total des emplois	3 377	3 323	3 639	3 542		
REUNION						
PIB	7 649	8 205	8 641	9 316	9 923	+6,5%
Importations	2 444	2 537	2 872	3 007	3 095	+2,9%
Total des ressources	10 093	10 742	11 513	12 323	13 018	+5,6%
Consommations finale	8 269	8 774	9 385	9 997	10 687	+6,9%
ménages	4 974	5 235	5 628	6 004	6 449	+7,4%
administrations (APU+ISBLSM)	3 295	3 539	3 757	3 993	4 239	+6,2%
FBCF	1 345	1 523	1 665	1 823	1 830	+0,4%
Variations des stocks	-22	-75	-119	-73	-84	+15,1%
Exportations	501	520	582	576	585	+1,6%
Total des emplois	10 093	10 742	11 513	12 323	13 018	+5,6%

Source : INSEE.

¹ Administrations publiques et institutions sans but lucratif au service des ménages.

Tableau 2 : Évolution des principaux indicateurs économiques, monétaires et financiers dans les DOM et collectivités d'Outre mer

	2001	2002	2003	2004	2005	Variations 2005/2004
1. Taux d'inflation moyen	2,6 %	2,2 %	2,1 %	1,3 %	3,2 %	+1,9 pt
- Guadeloupe	1,6 %	1,5 %	2,0 %	1,2 %	1,6 %	+0,4 pt
- Guyane	2,0 %	2,2 %	2,1 %	2,0 %	2,4 %	+0,4 pt
- Martinique	2,4 %	2,6 %	1,1 %	1,7 %	2,2 %	+0,5 pt
- Réunion	0,3 %	2,9 %	1,1 %	0,6 %	1,7 %	+1,1 pt
- Mayotte						
2. Taux de chômage						
INSEE (au sens du BIT - enquête emploi)						
- Guadeloupe	27,6 %	25,7 %	26,9 %	24,7 %	26,0 %	+1,3 pt
- Guyane	26,2 %	23,4 %	24,5 %	26,3 %	26,5 %	+0,2 pt
- Martinique	24,7 %	22,3 %	22,3 %	22,4 %	21,8 %	-0,6 pt
- Réunion	33,3 %	31,0 %	32,9 %	33,5 %	31,9 %	-1,6 pt
DTEFP (DEFM au 31 décembre)						
- Mayotte	29,7 %	31,4 %	29,9 %	29,4 %	25,4 %	-
- Saint-Pierre-et-Miquelon	10,2 %	8,7 %	7,9 %	8,8 %	8,4 %	-0,4 pt
3. Commerce extérieur (en millions d'euros)						
. Importations de biens						
- Guadeloupe	1834,8	1853,9	1877,6	1814,2	2201,3	+21,5 %
- Guyane	643,2	640,6	635,2	672,6	733,9	+9,1 %
- Martinique (2)	1885,5	1824,2	1888,0	2031,2	2251,6	+10,9 %
- Réunion	2864,6	2979,0	3272,0	3291,7	3567,5	+8,4 %
- Mayotte (3)	180,7	182,0	189,5	226,4	274,3	+21,2 %
- Saint-Pierre-et-Miquelon	81,6	65,3	66,6	59,8	68,2	+14,0 %
. Exportations de biens						
- Guadeloupe	169,1	163,7	171,3	144,0	186,2	+29,3 %
- Guyane	138,1	135,3	111,0	90,5	93,2	+3,0 %
- Martinique (2)	309,0	324,8	357,5	343,1	377,7	+10,1 %
- Réunion	228,8	219,6	238,6	249,3	261,9	+5,0 %
- Mayotte	3,9	6,1	4,4	3,9	5,2	+32,0 %
- Saint-Pierre-et-Miquelon (4)	7,1	5,8	6,8	5,4	5,4	-0,3 %
. Solde commercial de marchandises						
- Guadeloupe	-1667	-1690	-1706	-1670	-2018	-20,8 %
- Guyane	-505	-506	-524	-582	-641	-10,1 %
- Martinique (2)	-1577	-1499	-1543	-1688	-1874	-11,0 %
- Réunion	-2636	-2759	-3033	-3043	-3306	-8,6 %
- Mayotte (3)	-177	-176	-185	-222	-269	-21,2 %
- Saint-Pierre-et-Miquelon (4)	-74	-59	-60	-54	-63	-16,7 %
. Taux de couverture						
- Guadeloupe	9,2 %	8,8 %	9,1 %	7,9 %	8,6 %	+0,7 pt
- Guyane	21,5 %	21,1 %	17,5 %	13,5 %	12,7 %	-0,8 pt
- Martinique (2)	16,4 %	17,8 %	18,9 %	16,9 %	16,8 %	-0,1 pt
- Réunion	8,0 %	7,4 %	7,3 %	7,6 %	7,3 %	-0,3 pt
- Mayotte (3)	2,2 %	3,3 %	2,3 %	1,7 %	1,9 %	+0,2 pt
- Saint-Pierre-et-Miquelon (4)	8,7 %	8,9 %	10,2 %	9,1 %	7,9 %	-1,2 pt

Source : INSEE, IEDOM.

¹ Le taux de chômage 2005 est celui du mois de novembre disponible.

² Chiffres 2005 provisoires.

³ Depuis octobre 2003, les importations comprennent les hydrocarbures.

⁴ Y compris les admissions temporaires et les provisions de bord.

Tableau 3 : Le Tourisme dans les DOM

	2001	2002	2003	2004	2005	Variation 2005/2004 (en %)
Nombre de touristes de croisières						
- Guadeloupe	361 715	204 828	195 102	149 800	89 699	- 40,1
- Martinique	202 461	200 847	268 542	159 416	96 324	- 39,6
Nombre de touristes de séjour						
- Guadeloupe	411 685	520 172	506 898	620 000	nd	-
- Martinique	460 383	446 689	453 160	470 890	484 290	+ 2,8
- Réunion	430 000	424 000	426 000	432 000	nd	-
- Mayotte	24 000	35 000	22 800	32 000	39 000	+ 21,9
Coefficient d'occupation des chambres (%)						
- Guadeloupe (2)	83,1	68,4	63,8	64,5	nd	-
- Martinique (3)	58,6	56,3	53,4	56,4	57,3	+ 0,9
- Réunion	63,6	64,0	nd	58,3	nd	-
- Mayotte (4)	50,2	59,7	50,5	nd	50,9	+ 4,3

Sources : DRCCRF.

nd : non disponible. (1) Hors plaisanciers.

(2) Source : Groupement des hôtels de tourisme de la Guadeloupe.

(3) Source : Club des hôteliers.

(4) Source : INSEE.

Tableau 4 : Durée moyenne de séjour dans l'Outre-mer français
(en jours)

	2004	2003
Martinique	15,6	13,5
Guadeloupe	/	/
Guyane	/	/
Réunion	16,4	16,5
Nouvelle-Calédonie	16,3	15,9
Polynésie française	13,5	/
Mayotte	16	13
Saint-Pierre-et-Miquelon	/	/

Source : ministère de l'Outre-mer.

Tableau 5 : Taux d'occupation des hôtels

	2004	2003	2002	Variation 2004/2003
Martinique	56,4	53,4	/	+ 3 points
Guadeloupe	/	/	/	
Guyane	46,6	50,5	59,7	- 3,9 points
Réunion	58,3	/	64	/
Nouvelle-Calédonie (à Nouméa)	58,4	58,4	/	0
Polynésie française	59,8	58,5	59,1	+ 1,3 points

Source : ministère de l'Outre-mer

Tableau 6 : Les hébergements touristiques dans la France d’Outre-mer

Mode d'hébergement	Guadeloupe		Martinique		Guyane		Réunion		Mayotte		St-Pierre-et-Miquelon		Polynésie française		Nouvelle-Calédonie		Wallis et Futuna	
	Nombre de		Nombre de		Nombre de		Nombre de		Nombre de		Nombre de		Nombre de		Nombre de		Nombre de	
	Ets	Lits	Ets	Lits	Ets	Lits	Ets	Lits	Ets	Lits	Ets	Lits	Ets	Lits	Ets	Lits	Ets	Lits
Hôtellerie	92	13 254	109	12 197	27	2 500	152	7 570	8	370	14	165	318	9 212	61	4 925	5	108
dont hôtels non classés							90	1 768	8	370	9	54	259	2 560	29	1 992	5	108
. Hôtels 0 étoile	12	318	-		12	717	6	232										
. Hôtels 1 étoile	4	84	-				5	338			2	24			8	286		
. Hôtels 2 étoiles	19	1 550	22	12 197*	4	263	27	2 008							14	973		
. Hôtels 3 étoiles	41	8 414	24		11	1 520	21	2 656			3	87			7	1 093		
. hôtels 4 ét. et 4 ét. Luxe	16	2 888	5				3	568					49***	6 652***	3	581		
Résidence de tourisme et établissements assimilés	7	2 870	103	2 423	1	350	1	362	1	54					2	645		
Campins et aires naturelles																		
Villages de vacances	2	350	6	1 425			2	704	2	20	2	20			75	800		
Meublés	433	1 732	467	1 090	23	92	561	2 956	34	65								
Chambres d'hôtes	3	6	12**	744**	13	26	282	564	106	230								
Auberges de jeunesse							5	186							1	76		
Gîtes de montagne, gîtes d'étape			310	872	6	180	42	787	1	22	1	20			45****	758****		
Total	537	18 212	1 007	18 751	70	3 148	1 045	13 129	152	761	17	205	318	9 212	184	7 204	5	108

Sources : Direction du tourisme, INSEE, IEDOM, IEOM.

* Ensemble de l'hôtellerie de tourisme martiniquaise

** Autres hébergements (hors hôtellerie, résidences de tourisme, villages de vacances, meublés, chambres d'hôtes et gîtes)

*** Ensemble de l'hôtellerie classée de Polynésie française

**** Chambre d'hôtes et gîtes de Nouvelle-Calédonie

Document annexe 3 : Les handicaps au développement touristique dans l'Outre-mer français

- Éloignement : surcoût important en matière de transport
 - les risques naturels dans les zones tropicales (cyclones, volcans, tempête, climat) entraînent des surcoûts en raison d'une plus grande fragilisation des équipements et des installations ;
 - surcoût de l'eau et de l'énergie.
- Investissement
 - déficit d'épargne locale qui ne permet pas de répondre à la demande d'investissement des entreprises locales ;
 - coût du crédit plus élevé ;
 - étroitesse des marchés qui rend économiquement non viables de nombreux investissements qui sont pour la plupart surdimensionnés par rapport aux besoins locaux, mais qui ne peuvent être réduits en raison de considérations techniques et matérielles.
- Compétitivité
 - déficit par rapport à la plupart des économies qui leur sont géographiquement proches ;
 - coût du travail plus important ;
 - pression fiscale et sociale généralement plus forte (en contrepartie toutefois de services publics de meilleure qualité) ;
 - rentabilité faible voire nulle de certaines activités par rapport aux économies concurrentes de tourisme est l'un des secteurs « fragiles » éligible au dispositif de défiscalisation.

Source : Diverses

Document annexe 4 : Arrivées de touristes dans la zone Pacifique

Dans ce tableau relatif à la zone Pacifique, on constate un effrètement de la progression de la Nouvelle-Calédonie et de la Polynésie au profit de Fidji et des îles Cook aussi bien en nombre de visiteurs qu'en recettes.

Pays/année	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Australie	4 931 300	4 855 800	4 841 200	4 745 800	5 215 000	5 497 000
Îles Cook	72 994	74 575	72 781	78 328	83 333	87 681
Fidji	294 070	348 014	397 859	430 800	500 280	544 536
Hawaï	6 948 595	6 303 790	6 389 055	6 380 439	6 912 095	7 353 158
Niue	2 010	2 069	1 632	2 758	2 558	nd
Nouvelle-Calédonie	109 587	100 515	103 933	101 983	99 515	100 651
Nouvelle-Zélande	1 789 078	1 909 809	2 044 962	2 106 229	2 347 672	2 382 950
Papouasie N-Guinée	58 429	54 280	53 482	56 185	59 022	nd
Polynésie Française	233 326	227 658	189 003	212 767	211 893	208 067
Samoa	87 688	88 263	88 960	92 313	98 155	nd
Salomon	10 134	3 418	4 508	6 000	6 000	nd
Tonga	34 694	32 386	36 585	40 110	41 208	nd
Tuvalu	1 504	976	1 236	1 496	1 214	nd
Vanuatu	57 591	53 300	49 463	50 400	60 611	nd

Source : South Pacific Tourism Organisation, Pacific Asia Travel Association

Unité : Nombre

Document annexe 5 : Obstacles à la rénovation hôtelière

- un obstacle juridique pour les hôtels construits à l'aide de la loi Pons. Les montages reposent sur des sociétés fiscalement transparentes qui apportent à une Société en participation (SEP) les lots dont elles sont propriétaires (cf. document annexe 8). Le gérant de la SEP confie la gestion de l'établissement à un gestionnaire, une SARL, par exemple. En cas de rénovation ou de cession, le gérant de la SEP devrait recueillir l'accord d'une très grande majorité des copropriétaires (majorité des deux tiers ou des trois quarts selon le cas). Or, une partie des investisseurs d'origine est décédée. Leurs ayants droit n'ont pas nécessairement besoin de défiscaliser si bien qu'ils refusent tout projet de rénovation. D'autres souhaitent attendre pour vendre. Cette situation induit une revendication, fréquemment entendue, celle d'une défiscalisation du rachat des hôtels à rénover. L'éclatement de la propriété interdit donc en pratique toute opération de rénovation ou de transfert de la propriété ;
- un obstacle psychologique pour les petites et moyennes structures familiales pour lesquelles le problème juridique précité ne se pose pas : les propriétaires sont très réticents à céder leur patrimoine, même temporairement, à une SNC chargée du portage jusqu'au dénouement de l'opération ;
- un obstacle financier : compte tenu de la grande complexité des dossiers à monter, les grands groupes peuvent faire appel à une société d'ingénierie financière. Les petits et moyens hôteliers indiquent ne pas pouvoir y recourir compte tenu du coût de ce type d'opération, si le dossier n'aboutit pas. Cela dit, de petites structures ont été défiscalisées en Nouvelle-Calédonie, ce qui relativise cette objection ;
- la perte de recettes d'exploitation, pendant la durée de la rénovation, qui fonde notamment des demandes de défiscalisation des apports en trésorerie. En pratique, les congés de solidarité spécifiques à l'Outre-mer peuvent contribuer à la compensation des pertes d'exploitation, ces pertes devant normalement être prises en compte dans le bilan de l'opération.

Document annexe 6 : Mécanisme de défiscalisation concernant les avions
(source AFD)

Le montage financier est conçu de façon à permettre à la compagnie aérienne de bénéficier des apports de positions fiscales de sociétés et investisseurs métropolitains constitués le plus souvent en GIE et donc d'alléger d'autant le montant de l'investissement finalement supporté par la compagnie.

Le GIE se porte acquéreur des avions au prix d'acquisition en contractant un emprunt auprès d'un pool de banques et le cède en location à la compagnie aérienne avec laquelle est conclue une convention de crédit-bail. Le contrat prévoit que la compagnie a la faculté d'exercer une option d'achat sur les avions à partir de la cinquième année. La compagnie verse au départ sous forme de dépôt de garantie un montant représentant généralement 10 % du prix des avions.

Sur le plan fiscal, la prise en compte du montant de l'investissement (la première année), puis de montants élevés de dotations aux amortissements s'ajoutant aux charges, génère pour le GIE des résultats fiscaux très négatifs pendant cinq ans. Ces résultats donnent droit à des différés d'impôts pour les membres du GIE au prorata de leur participation. Ceux-ci investissent ces économies fiscales dans le projet à titre d'avances.

Ces avances de différés, ajoutées aux loyers perçus de la compagnie permettent exactement de rembourser les prêts, de servir les intérêts qu'ils génèrent et de couvrir les frais de gestion du GIE.

Ce n'est qu'au bout de cinq ans que les économies fiscales des membres du GIE seront définitivement acquises et que le GIE pourra céder les avions, opération permettant à ses membres de se rembourser et à la compagnie d'entrer en possession des appareils à un coût très sensiblement réduit par rapport à leur valeur économique.

Le montage de l'opération est confié à un « arrangeur » (groupe bancaire en général) qui a en charge de regrouper les investisseurs, de créer les structures juridiques appropriées, de rechercher les financements et d'assurer la gestion de la structure de défiscalisation.

Document annexe 7 : Liste des personnalités rencontrées lors des différentes missions

- Îles de la Guadeloupe :
 - Mme Monique Apat, directrice du tourisme, du transport et du désenclavement numérique au conseil régional de Guadeloupe ;
 - M. Arnoux, vice-président de la Chambre de commerce et d'industrie de Pointe-à-Pître ;
 - M. Joseph Dracon, directeur de la Chambre de commerce et d'industrie de Pointe-à-Pître ;
 - M. Jean-Louis Faure, délégué régional au tourisme et au commerce ;
 - M. Paul Girot de Langlade, préfet de Guadeloupe ;
 - M. Jacquet, président du club des professionnels de l'hôtellerie de Guadeloupe ;
 - M. Claude de Jaham, directeur Marship
 - M. Jocelyn Jalton, président du Conseil économique et social régional de Guadeloupe ;
 - M. Victorin Lurel, président du Conseil régional de Guadeloupe ;
 - M. Donald Monplaisir, gérant de la société de navigation CAMA ;
 - M. Fred Nobyn, directeur général adjoint du développement économique, Conseil régional de Guadeloupe ;
 - M. Thierry Romanos, délégué au tourisme à la CCI ;
 - M. Patrick Vial-Collet, vice-président du comité du tourisme des îles de Guadeloupe ;
 - M. Nicolas Vion, président du club des hôteliers de Guadeloupe.
- Saint-Barthélemy :
 - M. Sony Brin, adjoint au maire pour le tourisme à Gustavia ;
 - Mme Anne Dentel, directrice des réservations, agence Sibarth ;
 - Mme Marielle Gréaux, assistante office du tourisme ;
 - M. Roger Lacour, gérant de la Sibarth-Villas ;
 - M. Alain Magras, directeur de la Cave de Gustavia ;
 - Mme Elise Magras, directrice du bureau du tourisme ;
 - Mme Marithé Weber, directrice de l'hôtel Tropical.
- Saint-Martin :
 - M. Ambroise Devaux, secrétaire général de la sous-préfecture de Saint-Martin ;
 - M. Alex Richards, directeur de l'office du tourisme de St-Martin.

- En Guyane :
 - M. Roger Arel, vice-président du MEDEF de Guyane
 - M. Pierre Desert, président du Conseil général de Guyane ;
 - M. Jean-François Desroches, délégué régional au tourisme ;
 - M. Bernard Guillaumant, président de la Fédération des professionnels du tourisme ;
 - M. Jean-Pierre Lepelletier, président de la Chambre de commerce et d'industrie de Guyane ;
 - M. Jean-Michel Loupec, président du Conseil économique et social régional de Guyane ;
 - M. Ange Mancini, préfet de la Guyane ;
 - M. Jean Elie Panelle, président du comité du tourisme de Guyane ;
 - M. Lucien Prévot, vice-président du Conseil général de Guyane.
 - M. Max Remblin, directeur agence IEDOM de Guyane
- En Martinique :
 - Mme Catherine Cadrot, directrice de l'hôtel Baie du Galion Resort ;
 - M. Philippe Cayot, délégué régional au tourisme ;
 - M. Michel Crispin, président du Conseil économique et social régional de la Martinique ;
 - M. Dassonville, préfet de la Martinique ;
 - M. Hector Elisabeth, conseiller technique du comité martiniquais du tourisme ;
 - M. Gentil Erepmoc, président de la SCSM et adjoint au maire du Marin ;
 - Mme Madeleine Grandmaison (de), présidente du comité martiniquais du tourisme ;
 - M. Benoît Le Cesne, directeur général des hôtels Karibe
 - M. Claude Pompière, président de la Chambre de commerce et d'industrie de la Martinique (CCIM) ;
 - M. Olivier Reynal (de), directeur général du groupe du tourisme de la croisière ;
 - M. Patrick Sourdeau, président du club des hôteliers de la Martinique ;
 - M. Maurice Tubul, secrétaire général pour les affaires régionales de la Martinique ;
 - M. Alain Vauzanges, directeur Plissonneau Shipping ;
 - Mme Karine Vivares Roy-Camille, directrice du service croisières Cruise Department Director ;
 - M. Yann Montplaisir, président de la société d'exploitation du Club Med en Martinique ;

- M. Yang Ting, hôtelier, membre du comité martiniquais du tourisme
- M. Bernard De Gentille, promoteur hôtelier, vice-président de la Chambre de commerce et d'industrie.
- À l'île Maurice :
 - M. L. Amédée Darga, ex-ministre de l'Économie, président de Enterprise Mauritius ;
 - Mme Suzy Edouard, manager MTPA ;
 - M. Claude Narain, directeur de Constance Academy à l'île Maurice ;
 - M. Michel Jean Payet, conseiller en formation du groupe Constance.
- À Mayotte :
 - M. Jean-Paul Kihl, préfet de Mayotte ;
 - M. Soulaïmana Moussa, président du Conseil économique et social de Mayotte ;
 - M. Omar Oili, président du Conseil général à Mamoudzou ;
 - M. Wilfrid Fousse, directeur de l'agriculture et de la forêt ;
 - M. Philippe Porte, directeur de l'équipement ;
 - M. Attoumani Harouna, responsable excursions Baobab Tour
- En Nouvelle-Calédonie :
 - M. Gérard Baudchon, directeur de l'ITSEE ;
 - M. Gérald Cortot, chargé des schémas d'aménagement au gouvernement ;
 - M. André Desplat, président de la Chambre de commerce et d'Industrie de Nouméa ;
 - M. Philippe Desrioux, directeur du lycée hôtelier A. Escoffier de Nouméa ;
 - Mme Valentine Eurisouke, présidente du GIE du Tourisme Province Nord ;
 - M. Daniel Fisdiepas, maire d'Hienghène ;
 - Mme Christiane Gambey, élue Province Sud, chargée du tourisme ;
 - M. Philippe Gomes, président de la Province Sud ;
 - M. Néko Hnepeune, président de la Province Îles
 - M. Robert Lamarque, président du Conseil économique et social de Nouvelle-Calédonie ;
 - M. Jean Leques, maire de Nouméa ;
 - M. Didier Leroux, chargé du tourisme ;
 - M. Thierry Lescaut, directeur du centre de formation des apprentis de Nouméa ;
 - M. Paul Maes, président du syndicat des hôteliers de Nouvelle-Calédonie ;

- M. Harold Martin, président du Congrès de Nouvelle-Calédonie ;
- M. Jean-Michel Masson, directeur d’Air Calédonie International ;
- M. Michel Mathieu, haut-commissaire de la République de Nouvelle-Calédonie ;
- M. Paul Neaoutyine, président de la Province Nord ;
- M. Nidoish Nhaisseline, directeur d’Air Calédonie ;
- M. Gabriel Païta, président du Sénat Coutumier de Nouvelle-Calédonie ;
- M. Yannick Pantaloni, président de l’office du tourisme de Province Sud ;
- M. Bertrand Rivet, directeur général de la compagnie Air Calédonie ;
- Mme Marie-Noëlle Themereau, présidente du gouvernement de Nouvelle Calédonie ;
- M. Georges Torrani, directeur régional Le Méridien.
- Au Vanuatu :
 - M. Pierre Mayaudon, ambassadeur de France au Vanuatu ;
 - M. James Bule, ministre du Commerce, de l’industrie et du tourisme ;
 - M. Harmon Chellen, consultant en formation professionnelle ;
 - M. Bernard Sexe, conseiller auprès de l’ambassadeur de France ;
 - M. William Pakda, directeur hôtel Le Méridien.
- En Polynésie :
 - M. Richard Bailey, président directeur général de la société Tahiti Beachcomber SA ;
 - M. Thierry Barbion, gérant de la société Promotion ;
 - M. Xavier Bessou, directeur général adjoint de Bora Bora Pearl Beach Resort ;
 - M. Silvio Bion, directeur général de l’InterContinental Resort & Thalasso Spa Bora Bora ;
 - M. Alain Blondeau, directeur général de Sofitel Maeva Beach ;
 - Mme Anne Boquet, haut commissaire de la République en Polynésie ;
 - Mme Flora Bordes, directrice du Tokerau Village ;
 - Mme Sophie Brosse, directrice générale du Maitai Dream Fakarava ;
 - M. Thierry Brovelli, directeur général de l’InterContinental Resort Moorea ;
 - M. Michel Buillard, député-maire de Papeete ;
 - M. Laurent Carrasset, directeur général de Bora Bora Lagoon Resort & Spa ;

- M. Jean-Pierre Challeau, directeur général de Moorea Pearl Beach Resort ;
- M. Jules Changues, président de la Chambre du commerce et de l'industrie des services et des métiers (CCISM) ;
- Mme Mehiti Degage, représentante des bureaux du Bora Bora Cruises ;
- M. Jean-Pierre Desperrier, proviseur du lycée hôtelier de Polynésie française ;
- M. Jacqui Drollet, vice-président de la Polynésie française ;
- M. François Ferrand, directeur de Manu Taxi Boat ;
- M. Pascal Fouquet, directeur général du Méridien Bora Bora ;
- M. Gilles Fraissange, directeur général de Sheraton Hotel Tahiti ;
- M. Patrick Galenon, président du Conseil économique, social et culturel de Polynésie ;
- M. Philippe Godard, directeur général du Novotel Bora Bora Beach Resort ;
- M. Marc Gouronc, directeur général du Sheraton Moorea Lagoon Resort & Spa ;
- Monseigneur Hubert Coppenrath ;
- M. Vincent Law, représentant les hôtels Sheraton de Tahiti ;
- M. Jean-Pierre Legendre, directeur régional d'Air France ;
- Mme Corina Lenoir, directrice de Pension Paparara ;
- Mme Geneviève Lemaire, directrice de « Les Tipaniers » ;
- M. Philippe Marie, secrétaire général Air Tahiti Nui
- M. Dominique Michaud, directeur général du Méridien Tahiti ;
- M. Jean-Marc Mocellin, directeur général de l'InterContinental Resort Tahiti ;
- M. Alfred Montaron, président de l'Union polynésienne de l'hôtellerie ;
- M. Francis Mortimer, directeur général d'Air New Zealand ;
- Mme Tekura Mulliez, représentante de la présidente du syndicat des agents de voyages ;
- Mlle Réjane Narbonnet, chef de réservations de St Regis Bora Bora Resort & Spa ;
- Mme Dany Panero, directrice générale du GIE Tahiti tourisme ;
- M. Patrick Picard Robson, représentant des bureaux du Bora Bora Cruises ;
- M. Claude Pilet, directeur général de l'InterContinental Resort Le Moana Beach Bora Bora ;
- M. Eric Pommier, président directeur général d'Air Tahiti Nui ;

- M. Rui Reyes, directeur général de Bora Bora Nui Resort & Spa ;
- M. Jacques Saint, directeur du village Temanuata ;
- Mme Christiana Salles, directrice générale de Bora Bora Dive Resort ;
- M. Tong Sang, maire de Bora Bora ;
- Mme Catherine Savatier, directrice générale de l'hôtel Le Maitai Bora Bora ;
- M. Philip Schyle, président de l'Assemblée de la Polynésie ;
- M. Milton Sgarbi, directeur général de St Regis Bora Bora Resort & Spa ;
- M. Oscar Nanutani Temaru, président de la Polynésie française ;
- M. Martial Thevenaz, directeur général de l'hôtel Bora Bora ;
- M. Jean-Marc Vermorel, directeur général de Bora Bora Pearl Beach Resort ;
- Mme Béatrice Vernaudon, députée ;
- Mme Karine Villa, directrice des opérations ;
- M. Jean Wonf, compagnie de croisière Aranni ;
- M. Guy Yeung, directeur général de l'aviation civile.
- À La Réunion :
 - M. Jean-Noël Arnaud, direction régionale du tourisme ;
 - M. René Jean Barrieu, comité régional du tourisme ;
 - M. Louis Belhote, représentant CFDT ;
 - M. Olivier Besnard, directeur commercial Air Austral ;
 - M. Caro, vice-président de la Chambre de commerce et d'industrie de La Réunion ;
 - M. Laurent Cayrel, préfet de La Réunion ;
 - M. Pierre Châtelet, directeur CCI Réunion ;
 - Mme Béatrice Duboscq, représentant Corsair Réunion ;
 - M. Joseph Enguehard, directeur de l'Institut de langue française ;
 - M. Axel Hoareau, directeur Maison de la Montagne
 - Mme Jocelyne Lauret, présidente du comité du tourisme ;
 - M. Raymond Lauret, vice-président du Conseil régional de La Réunion ;
 - M. Jean-Guy Lengliné, directeur régional Air France pour l'océan Indien ;
 - M. Eric Marguerite, représentant CGTFO ;
 - M. Raymond Mondon, président du Conseil économique et social régional de La Réunion ;
 - M. Tomasini, chargé de mission auprès du SGAR.

- À Saint-Pierre-et-Miquelon :
 - M. Stéphane Artano, président du Conseil général de St-Pierre-et-Miquelon ;
 - M. Rémi Briand, PDG d’Air Saint-Pierre ;
 - Mme Michèle Chantal, adjointe au maire de Miquelon ;
 - M. Denis Detcheverry, sénateur maire de Miquelon ;
 - Mme Josette Dodeman, présidente de l’association « Le Phare »
 - M. Joseph Enguehard, directeur de l’institut de langue française ;
 - M. Yves Fauqueur, préfet de Saint-Pierre-et-Miquelon ;
 - M. Patrick Lebailly, maire de Saint-Pierre ;
 - M. Hervé Lombard, directeur du Crédit Saint-Pierrais ;
 - M. Lucien Planche, directeur adjoint du travail de Saint-Pierre ;
 - Mme Monique Walsh, présidente de la Chambre de commerce.
 - Mme Françoise Fichenot, directrice de l’Agence française pour le développement (AFD).

LISTE DES RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Roland du Luart

Une défiscalisation efficace pour l'Outre-mer

Les rapports du Sénat, commission des finances, n° 51 2002-2003

Claude Lise, sénateur

Loi de finances pour 2007, Outre-mer

Avis n° 80, tome IV, commission des affaires économiques, 2006-2007

Ministère de l'Outre-mer

Anne-Marie Payet, sénatrice

Loi des finances pour 2007, Outre-mer

Avis n° 82, tome II, commission des affaires sociales, 2006-2007

Christian Cointat

Loi de finances pour 2007, Outre-mer

Avis n° 83, tome VI, commission des lois, 2006-2007

Alain Rodet, député

Projet de loi de finances pour 2007

Rapport spécial n° 3363 annexe 20, commission des finances, novembre 2006

Marie-Claude Tjibaou

Le logement dans l'Outre-mer français

Avis et rapport du Conseil économique et social, 8 et 9 juin 2004

Alain Saubert

Évaluation de la loi de programme pour l'Outre-mer du 21 juillet 2003

Avis du Conseil économique et social, 11 et 12 juillet 2006

Miguel Laventure

Le tourisme, facteur de développement de l'Outre-mer français

Avis et rapport du Conseil économique et social, 22 et 23 avril 1997

Patrick Ellacoot et Didier Lamoot

Le développement du tourisme en Polynésie française : bilan et perspectives

Conseil économique, social et culturel de Polynésie française, commission tourisme et aménagement.

Direction du tourisme, département de la stratégie, de la prospective, de l'évaluation, de la recherche et des statistiques
Le tourisme dans l'Outre-mer français
 Rapport, octobre 2005

Louis Dupont
L'exploration de la demande touristique comme outil d'aide au positionnement des destinations : cas de Guadeloupe et Martinique
 Rapport, octobre 2006

Anne Bolliet, Stéphane Layani, Bernard Fontaine, Ramiro Riera, Sylvie Escande-Vilbois, Daniel Postel-Vinay - mission d'audit de modernisation
L'évaluation du dispositif d'exonérations de charges sociales spécifiques à l'Outre-mer
 Inspection générale des finances n° 2006-M.031-01 ; Inspection générale de l'administration n° PAM-06-009-01 ; Inspection générale des affaires sociales 2006-081
 Rapport, juillet 2006

Département de la Martinique, commune du Marin
 Visite de la commission *Coopération avec la Caraïbe, l'Europe et l'extérieur*
 Mars 2006

Jean-Philippe Donjon de Saint Martin
Les créations d'emplois obtenues grâce au dispositif d'aide à l'investissement dans les départements et territoires d'Outre-mer
 Rapport d'enquête de l'Inspection générale des finances n° 2001-M-020-01, Ministère de l'Économie, des finances et de l'industrie, septembre 2001

Anne Bolliet, Daniel Lallier, Bernard Fontaine, Ramiro Riera, Bernard Julien
L'évaluation de l'impact socioéconomique du dispositif de défiscalisation des investissements Outre-mer
 Inspection générale des finances n° 2006-M-03-01, Inspection général de l'administration n° 06-055-01
 Ministère de l'Outre-mer, DAESC/AE/DAE, juillet 2006

KPMG Entreprises
Étude économique et financière du secteur hôtelier de la Guadeloupe
 Observatoire de l'industrie hôtelière de la CCI de Pointe-à-Pitre
 Années 2000 et 2001

Bilan du plan de relance du tourisme dans les DOM
 Ministère de l'Outre-mer - 2006

Stéphanie Bessière

L'hôtellerie antillaise en danger

Rapport du ministère de l'Outre-mer, direction des affaires économiques,
sociales et culturelles - 2006

L'industrie hôtelière est en difficulté

Bulletin de l'hôtellerie n° 1 du 11 décembre 2006

TABLE DES SIGLES

ADEME	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
AFD	Agence française de développement
AFIT	Agence française d'ingénierie touristique
ANCV	Agence national pour les chèques-vacances
ART	Agence régionale du tourisme
ATN	Air Tahiti Nui
CCI	Chambre de commerce et d'industrie
CDC	Caisse des dépôts et consignations
CEP	Centre d'expérimentation du pacifique pour la Polynésie
CEROM	Comptes économiques rapides pour l'Outre-mer
CGTG	Confédération générale du travail de la Guadeloupe
CNASEA	Centre national pour l'aménagement des structures des exploitations agricoles
COM	Collectivités d'Outre-mer
CSG	Centre spatial guyanais
DGI	Direction générale des impôts
DOCUP	Document unique de programmation
DOM	Département d'Outre-mer
DRT	Direction régionale du tourisme
FEDER	Fonds européen de développement régional
FEDOM	Fonds pour l'emploi dans les départements d'Outre-mer
FNE	Fonds national de l'emploi
FSE	Fonds social européen
GDS	<i>Global System Distribution</i>
GHTG	Groupement des hôteliers de la Guadeloupe
IEDOM	Institut d'émission des départements d'Outre-mer
IEOM	Institut d'émission d'Outre-mer
IGA	Inspection générale de l'administration
IGAS	Inspection générale des affaires sociales
IGF	Inspection général des finances
ISEE	Institut de la statistique des études économiques de la Nouvelle-Calédonie
ISPF	Institut de la statistique de la Polynésie française
LOPOM	Loi de programme pour l'Outre-mer
OMT	Organisation mondiale du tourisme
ONF	Office national des forêts
PADD	Projet d'aménagement et de développement durable
PLU	Plan local d'urbanisme
SAL	Schéma d'aménagement local
SEM	Société d'économies mixtes
SLA	Service loisir accueil
SNC	Société en nom collectif

Sodepar	Société de développement et de promotion de l'archipel
Sofaris	Société française de garantie des financements des PME
SPIC	Service public industriel et commercial

Dix ans après le rapport de M. Miguel Laventure sur le tourisme dans l’Outre-mer, le Conseil économique et social analyse la situation de ce secteur fondamental pour l’avenir économique de ces territoires.

Face aux contre-performances constatées, l’avis propose une réorientation des politiques touristiques et des dispositifs fiscaux existants afin de permettre aux collectivités d’Outre-mer de s’inscrire avec succès dans l’âpre compétition qui règne dans leur environnement géographique respectif.