

## Tourisme et responsabilités outre-mer

### Synthèse

L'industrie touristique est perçue comme une activité phare des territoires ultramarins, essentielle au développement des économies de ces territoires.

Dans la réalité, les chiffres – bien qu'anciens et hétérogènes – montrent, notamment par comparaison avec des territoires insulaires comparables, que le développement touristique n'est pas à la hauteur de ce qu'attendent les professionnels, les populations ultramarines ou les visiteurs.

De nombreux facteurs peuvent expliquer les retards et difficultés de l'industrie touristique : concurrence de destinations insulaires attractives mais moins chères, coûts d'exploitation élevés en dépit d'aides fiscales et sociales importantes, défiscalisation des investissements en chambres d'hôtel qui n'a pas atteint ses objectifs, insuffisance d'attractivité des territoires ultramarins, crises à répétition, importante part de touristes à faible contribution (affinitaires et croisiéristes)...

Pourtant, le développement d'entreprises touristiques performantes est indispensable : il est en particulier porteur de nombreux emplois non délocalisables, souhaité par des populations ultramarines confrontées à un chômage important.

Le redressement est possible au travers d'une diversification assumée de l'offre touristique mêlant une offre traditionnelle plus rémunératrice et plus riche en emplois, sous réserve d'une rénovation des structures hôtelières existantes, et un tourisme orienté « nature », accueillant dans des gîtes et locations meublées des touristes sensibles aux enjeux climatiques et de biodiversité et à la culture locale.

Les pistes d'optimisation existent et ont commencé à être mises en œuvre. Il faut aller plus loin en matière d'enrichissement de l'offre touristique (événements, circuits à thèmes, circuits combinés avec des territoires touristiques voisins...), de plus grande égalité de traitement fiscal et social entre les différentes offres touristiques, d'optimisation des liaisons aériennes et des infrastructures aéroportuaires de manière à élargir l'accueil à davantage de touristes non hexagonaux ou issus d'Etats proches des territoires ultramarins. Des propositions tardent à être mises en œuvre (délivrance de visas touristiques, ventes hors taxes, droits de trafic..); d'autres sont possibles pour réduire les coûts et accompagner le développement de l'industrie touristique. L'objectif d'accueillir des touristes/visiteurs à plus forte contribution devrait constituer un fil conducteur de toute réflexion stratégique.

Quelle que soit l'offre touristique, le développement d'un tourisme durable et de qualité suppose une implication forte des collectivités pour à la fois restaurer l'attractivité des territoires ultramarins et proposer une vision apaisée d'un tourisme mieux intégré à leur culture et à leurs géographies, de manière à ce qu'il devienne pleinement assumé par les populations et dirigeants de ces collectivités.

## Tourisme et responsabilités outre-mer

La question du développement du tourisme outre-mer<sup>1</sup> revient de manière quasi lancinante à chaque élection, à chaque crise comme si elle était une solution, voire « la » solution permettant de faire face aux difficultés rencontrées par les économies et l'emploi outre-mer.

Or, les chiffres parlent d'eux-mêmes : le développement touristique n'est pas à la hauteur de ce qui est attendu des territoires ultra-marins par les dirigeants économiques ou politiques, les économistes et journalistes ou tout simplement par les touristes en recherche de séjour ou les populations locales en recherche d'emplois.

**1) En dépit de progrès significatifs ces dernières années en matière d'accueil et de promotion touristiques, la contribution du tourisme au développement des territoires ultramarins reste très en deçà de celle d'autres territoires insulaires comparables.**

En préalable, il est utile de préciser que, comme c'est parfois le cas outre-mer, les indicateurs économiques sont encore trop souvent anciens et /ou hétérogènes selon qu'on a, comme référence, le produit intérieur brut (PIB), la valeur ajoutée, le chiffre d'affaires total des entreprises du secteur ou qu'on prend en compte ou non le secteur non marchand. Les comptes satellites du tourisme, recommandés par l'OCDE, Eurostat ou l'OMT, manquent souvent pour les DOM et le dernier, concernant la Réunion, remonte à 2005... En outre, les chiffres peuvent varier beaucoup d'une année sur l'autre en fonction des crises et de la conjoncture, ce qui autorise, si on n'y prend garde, soit des comparaisons inappropriées soit des envolées lyriques tout aussi inappropriées.

On ne saurait trop recommander aux différentes institutions qui fabriquent les données chiffrées des territoires d'outre-mer de *produire plus régulièrement des chiffres, homogènes d'un territoire à l'autre, et représentatifs de toutes les composantes de l'industrie touristique* (part de PIB, valeur ajoutée, emplois directs et indirects, nombre et origine des touristes, recettes provenant de l'activité touristique...) et de publier plus fréquemment des comptes satellites du tourisme. Ces outils et indicateurs sont nécessaires à l'élaboration d'une stratégie et d'une prospective touristiques.

Le tourisme, secteur essentiel du développement économique des outre-mer, pointe le plus souvent à la dernière place des destinations tropicales. Entre la volonté plus ou moins affirmée d'une priorité au développement touristique et la réalité, il y a encore un fossé que les responsables – offices touristiques, responsables économiques et politiques – peinent à franchir. Quelques chiffres illustrent ce fossé, pour des destinations – nature luxuriante, plages, rumeries, habitations coloniales anciennes... - comparables à celles des DOM/COM :

- dans l'océan indien, l'île Maurice compte 1,7 million de touristes (2017) quand la Réunion en accueille 340.000 à la même date. La dépense touristique s'élève à 1,4 milliard € dans la première et plus de 3 fois moins pour la seconde (432.000 €) ;

- dans le Pacifique, 700.000 visiteurs ont été accueillis à Fidji (2019), pour 250.000 en Polynésie française (croisiéristes inclus) et 165.000 en Nouvelle-Calédonie ;

- dans la Caraïbe enfin, il y a 6,5 millions visiteurs en République dominicaine (2019) contre 537.391 touristes de séjour en Martinique (2018) et 735.000 en Guadeloupe. Si on ajoute les croisiéristes (basés et non basés), on atteint 1 million de visiteurs environ en Guadeloupe et un peu moins de 900.000 en Martinique, soit 6 à 7 fois moins. La Guadeloupe et la Martinique, à la différence des autres îles de la Caraïbe – Cuba y compris et sans oublier Saint-Barthélemy – ne vivent donc pas réellement de leur activité touristique.

La contribution du tourisme aux économies ultramarines est au demeurant faible : ainsi, la valeur ajoutée engendrée par le tourisme à la Réunion représente 2,3 % de la valeur ajoutée totale (2010), en Martinique, 1,7 % (2012).

---

1 La présente note n'a pas pour objectif de traiter des problèmes conjoncturels, notamment liés au COVID, aux restrictions d'accès et aux fermetures d'établissements touristiques qui en ont résulté, même si ces questions ont eu et ont encore des répercussions majeures dans les territoires ultra-marins, qui sont loin d'être terminées.

Dans l'ensemble des outre-mer, outre Saint-Barthélemy, c'est en Polynésie française que le tourisme représente le secteur d'activité le plus important dans l'économie, contribuant à hauteur de 17 % à la formation du PIB polynésien.

Au total, sur la période 1993-2007, la valeur ajoutée du tourisme<sup>2</sup> dans l'ensemble des économies ultramarines a représenté en moyenne moins de 5 % de la valeur ajoutée totale (IEDOM).

La priorité, qui serait accordée au développement du tourisme outre-mer, n'est donc pas corroborée par les chiffres, d'autant que ceux-ci sont anciens. Cependant, en 2015, les industries touristiques représentent 9,1 % des salariés du secteur marchand ultramarin, ce qui est loin d'être négligeable dans des économies encore trop marquées par le chômage.

Enfin, à la différence de Mayotte et de la Guyane où le tourisme s'est développé beaucoup plus tardivement, la place des industries touristiques dans les économies des DOM les plus mûres s'est dégradée. Après une période de croissance des investissements touristiques (essentiellement des chambres d'hôtel) favorisés par leur défiscalisation entre les années 60 et la fin des années 90, on assiste à un mouvement inverse au cours de la décennie 2000 avec l'effondrement du nombre de touristes et la baisse du nombre de chambres d'hôtels. Ainsi, si, au début des années 2000, la Guadeloupe et la Martinique accueillaient chacune plus de 600.000 touristes, ce chiffre était tombé à 370.000 en Guadeloupe en 2005. Le nombre de chambres a baissé d'un tiers environ entre 1999/2000 et 2012 en Guadeloupe (de 4460 à 3000 chambres) comme en Martinique (de 4700 à 3338 chambres). Des enseignes de prestige ont alors fermé ou déserté les Antilles françaises. La situation a commencé à se redresser au cours de la décennie 2010, avec un meilleur taux d'occupation et sous l'effet notamment du développement de la croisière et de la progression des meublés touristiques (3000 logements en location saisonnière connus en 2020 en Guadeloupe).

## **2) Des vents contraires ont longtemps freiné, contrarié et retardé le développement d'un secteur touristique plus dynamique.**

Or, un tel développement est souhaité par une grande partie de la population qui en attend des opportunités de créations d'entreprises et d'emplois. Le développement des activités touristiques, c'est en effet un gisement potentiel d'emplois directs et indirects, avec une capacité d'entraînement sur des emplois non délocalisables au travers de toute une série de professions (taxis, loueurs de voiture, petite pêche, restauration, activités de plages, randonnées...).

A ce titre, l'industrie touristique, activité d'exportation, a toute sa place dans un développement plus endogène des territoires ultramarins, au moins autant que la canne à sucre et la banane. Elle peut contribuer à la diversification de l'agriculture (par exemple, confection de jus de fruits frais locaux..) ou à la mise en valeur de l'artisanat et de la richesse culinaire locale.

Mais cette perspective de développement se heurte à un certain nombre de facteurs qui en retardent la mise en œuvre.

**La défiscalisation**, notamment avec la loi Pons de 1986, a incontestablement permis le développement d'entreprises touristiques, et favorisé la construction de chambres d'hôtel en injectant outre-mer des fonds venus de métropole. Ces hôtels sont essentiellement apparus près des plages et lieux touristiques des 3 DOM historiques (Martinique, Guadeloupe et Réunion) et de Polynésie française.

Mais, quand la concurrence a commencé à se faire sentir avec des destinations très prisées mais moins chères dans les Caraïbes, au Maghreb ou dans l'océan indien, la seule existence d'infrastructures hôtelières ne pouvait tenir lieu de politique touristique. La demande touristique adressée aux DOM a baissé d'autant plus que les installations avaient vieilli, étaient difficilement rénovables et s'accompagnaient du développement d'hébergements alternatifs (gîtes, locations meublées ..).

En effet, selon la Cour des Comptes (« le tourisme en outre-mer : un indispensable sursaut », rapport public de 2014) : « les mesures de défiscalisation ....ont favorisé la dilution de la propriété des établissements par l'émiettement des actionnaires des sociétés immobilières. Elles ont également contribué à la création

---

2 Dans cette note, tous les hébergements sont pris en compte, offre hôtelière classique, locations saisonnières telles que les meublés de tourisme, les villas, les gîtes, les locations chez les particuliers....

d'hôtels souvent construits pour la défiscalisation et déconnectés des besoins réels des territoires ». ... La Cour a relevé « qu'une part significative de la dépense fiscale ne bénéficie pas à l'outre-mer....et a préconisé de supprimer la défiscalisation. ». Cette dilution des actionnaires (propriétaires d'une ou plusieurs chambres au sein d'un hôtel) a empêché dans de nombreux cas toute rénovation globale de l'hôtel. Même si des modifications dans les dispositifs de défiscalisation ont été ultérieurement introduites, l'apparition dans le paysage d'épaves hôtelières exclues de toute rénovation a longtemps perduré ....

**Une offre touristique concurrente** s'est développée à partir des années 90, sous l'effet notamment de la démocratisation du transport aérien. Des destinations proches (Egypte, Canaries, Maghreb, pourtour méditerranéen..) ou plus lointaines (Caraïbe, Maurice, Thaïlande, Seychelles...) étaient devenues accessibles avec la baisse des tarifs longs courriers (à la différence des liaisons DOM/ métropole, restées chères), d'autant que le développement de vacances d'hiver ou de congés plus dispersés dans l'année favorisait des départs plus fréquents. Ces destinations étaient et restent moins chères pour une même qualité de service. De surcroît, ces destinations offraient le plus souvent, en plus de la plage et du soleil, des activités touristiques et culturelles appréciées (visites de monuments, festivals ...). Ce mix touristique, offert à un prix compétitif, faisait encore largement défaut dans les DOM français au début des années 2000 . Il reste à inventer même si de réels progrès ont été faits ici ou là.

**Un coût d'exploitation plus élevé, du fait en particulier de charges sociales salariales élevées**, se traduit par une rentabilité dégradée notamment dans le secteur de l'hébergement classique. Les charges de personnel y sont plus élevées qu'en métropole et que dans les destinations concurrentes si bien que la marge de l'entreprise y est plus faible, notamment aux Antilles. Le service rendu y est de moins bonne qualité (plus faible nombre de salariés par chambre selon la catégorie d'hôtel). Outre le poids des charges sociales (pourtant réduites en raison de la LODEOM), cette situation s'expliquerait notamment par la forte saisonnalité de l'activité touristique : les entreprises seraient contraintes de conserver l'intégralité de leur personnel pendant toute l'année alors que leur activité ne dure que quelques mois (5 mois sur 12). Les Antilles, à la différence de la Réunion, seraient particulièrement affectées par cette surcharge. Pour autant, les salariés sont peu formés, certains personnels d'hôtellerie parlant mal l'anglais par exemple.

**La succession de crises** qui frappent régulièrement les outre-mer français – par exemple, outre les fréquents cyclones, le chikungunya à la Réunion en 2005/2006, le conflit social aux Antilles en 2009, le cyclone IRMA à Saint-Martin en 2017, les gilets jaunes à la Réunion en 2018 – s'ajoutent aux crises à répercussion mondiale, telles que le 11 septembre 2001 aux Etats - unis, la crise financière de 2008 ou récemment la pandémie COVID. Dans tous ces cas, les avions et les hôtels se vident....mais davantage dans les outre-mer.

**La question de l'attractivité de certains territoires** est encore trop souvent une préoccupation majeure des responsables touristiques : du fait des fréquentes coupures d'eau qui frappent les touristes des hôtels<sup>3</sup> tout autant que les habitants, les touristes hésitent à revenir ; l'existence de déchets non ramassés, de carcasses de voitures, d'un réseau internet intermittent et/ou trop cher, l'insuffisance de transports collectifs performants, l'arrivée des sargasses sur les plages pendant la haute saison.. s'inscrivent dans un environnement défavorable que la beauté des paysages et la richesse de la biodiversité ne suffisent pas à faire oublier.

**Les touristes visitant les outre-mer sont très majoritairement issus de métropole ; il s'agit en particulier d'ultramarins installés en métropole** ; ils sont dits « affinitaires », dépensent moins et logent encore dans leur famille pendant leurs congés... Les visiteurs en provenance de l'hexagone représentaient 95 % de l'ensemble des touristes en Guadeloupe (2013) et 80 % en Martinique, Guyane et Réunion. La part des touristes hébergés chez les parents ou amis est de 30 % aux Antilles et de près de 50 % à la Réunion. Cette moindre dépense d'hébergement et de restauration ne fait évidemment pas l'affaire de l'industrie touristique. Pour le CESE (rapport sur l'avenir touristique de la Calédonie – 2014), les touristes affinitaires qui dépensent peu ne sont d'ailleurs pas de « vrais » touristes.

De plus, les touristes affinitaires occupent majoritairement les places d'avion pendant la haute saison, à l'occasion notamment des congés bonifiés – dont la périodicité, de surcroît, a doublé avec la réforme de 2020 – ce qui conduit à des hausses de prix très importantes des billets d'avion et réduit le nombre de

---

3 Même si les hôtels ont la plupart du temps mis en place des citernes pour « tenir quelques jours » en cas de coupures.

places disponibles pour les touristes non affinitaires et les étrangers dont la contribution au tourisme ultra-marin est pourtant plus élevée.

Enfin, on ne saurait évacuer un *facteur culturel, longtemps présent dans certaines géographies*, qui consistait à considérer le tourisme comme une « forme avancée de néocolonialisme ». En écho à ce sentiment, Mme Penchard, élue guadeloupéenne et ancienne ministre, faisait d'ailleurs remarquer (2009) que « nous avons peur d'afficher collectivement que nous voulons faire du tourisme une priorité ». Même si la situation a évolué ces dernières années, cette réaction est encore présente.

Au total, le modèle de tourisme outre-mer, encore perçu comme essentiellement balnéaire, résiste mal à la concurrence de destinations touristiques plus attractives, aux crises qui secouent régulièrement leurs territoires, aux insuffisances d'attractivité... d'autant qu'il dépend largement de touristes hexagonaux et de croisiéristes peu dépensiers.

### **3) Le redressement de l'activité touristique est possible**

Depuis une dizaine d'années, de nombreux rapports ont mis en évidence les faiblesses de l'industrie touristique ultramarine et suggéré des voies pour son redressement. Parmi ceux-ci, on rappellera les constats et préconisations du rapport de France-Stratégie (2014), « Quelle France dans dix ans (2025) ? » : « le tourisme dégage de trop faibles revenus. Si l'offre est mieux structurée et mieux professionnalisée, il peut, à l'horizon de dix ans devenir une source sensiblement plus importante d'emplois, de développement territorial et de revenus d'exportation ». Ce rapport considère comme possible « une hausse d'1/3 du volume de recettes touristiques ». Si ce rapport concerne la France dans son ensemble, ses analyses s'appliquent particulièrement bien aux outre-mer français : l'augmentation de la recette touristique moyenne devrait constituer un objectif tout à fait pertinent, en particulier au regard de la faiblesse relative de la dépense touristique des affinitaires et des croisiéristes.

Même si le tourisme « classique », essentiellement balnéaire, doit rester une importante composante de l'industrie touristique outre-mer, il devra sans doute s'adapter pour assurer sa pérennité : l'augmentation des tarifs aériens (+13% entre mars 2021 et mars 2022 de l'hexagone vers les outre-mer), l'accès moins sécurisé et plus coûteux au kérosène, la sensibilité croissante d'une grande partie des touristes aux enjeux climatiques et de biodiversité, la concurrence accrue de destinations étrangères qui ont déjà intégré ces enjeux (Costa-Rica) devront être pris en compte pour rendre l'offre touristique plus compétitive donc plus attirante.

Au-delà des freins et difficultés conjoncturelles nés de la pandémie du COVID, de plus en plus de responsables touristiques ont pris conscience des dysfonctionnements structurels qui caractérisent leur industrie et l'empêchent de prendre une place plus importante dans l'économie des territoires ultra-marins : attractivité perfectible des territoires, coupures d'eau, hôtels vieillissants, manque d'intérêt pour les métiers du tourisme dans un contexte où les emplois non marchands et les emplois aidés attirent davantage, professionnalisation insuffisante, coût du travail...

D'ores et déjà, l'environnement dans lequel se développe l'industrie touristique a évolué et offre de nouvelles potentialités favorables aux évolutions souhaitables. Deux ou trois aspects méritent qu'on s'y attache :

- la demande (les attentes) des touristes évolue et se diversifie. Le « tourisme vert » notamment trouve une nouvelle actualité, en écho à l'intérêt pour les questions climatiques, environnementales et de biodiversité, et permet de répondre à la prise de conscience environnementale. A cela s'ajoutent une curiosité et un intérêt croissants envers le patrimoine et la culture des territoires visités, ce qui suppose qu'on puisse y accéder facilement (transports collectifs adaptés, par exemple) ;

- de nouvelles formes d'hébergement sont apparues dans les outre-mer comme dans l'hexagone, à côté d'hôtels fermés ou en retard de rénovation : les gîtes, chambres d'hôte, locations meublées ... offrent des solutions considérées par de nouvelles générations de touristes comme plus chaleureuses, mieux adaptées à leurs besoins et souvent moins chères. Ces hébergements, parfois mal perçus par l'hôtellerie-restauration traditionnelle qui considère qu'il s'agit là d'une concurrence déloyale, peuvent constituer un point d'appui pour la relance d'un tourisme que la seule plage ne suffit pas à satisfaire. A cela s'est ajouté le développement rapide d'un tourisme de croisière, susceptible d'attirer une clientèle plus âgée (par exemple,

400.000 croisiéristes accueillis en Guadeloupe avant le COVID), même si les retombées sonnantes et trébuchantes pour les territoires ultramarins sont très faibles (80€ en moyenne par croisiériste, à comparer aux 1200 € d'un touriste « classique ») et si cette forme de tourisme apparaît comme facilement délocalisable, en période de crise ou en raison de la concurrence qui commence à apparaître (République dominicaine) .

Ainsi, une plus grande diversification de la clientèle touristique est possible que ce soit au travers de centres d'intérêt plus exigeants ou d'hébergements alternatifs. La segmentation de l'offre touristique permet ainsi d'optimiser les destinations ultramarines, en s'appuyant sur un tourisme plus vert, plus apaisé, plus proche des territoires et de leurs habitants mais évidemment sans rien lâcher de l'offre traditionnelle – plus rémunératrice pour les territoires ultra-marins et plus riche en emplois – qui permet d'attirer des touristes étrangers à condition que les structures d'accueil soient mises à niveau.

Les pistes d'optimisation sont nombreuses et commencent à être mises en œuvre :

- ***L'achèvement de la rénovation des structures hôtelières classiques est un point de passage obligé.*** Si la défiscalisation devait être maintenue pour le secteur de l'hébergement touristique, elle devrait être consacrée de manière privilégiée, voire exclusive, à cette rénovation et à la destruction des friches hôtelières et non à des constructions sur des emprises nouvelles. Le foncier est une denrée rare outre-mer. Il doit être conservé pour le développement d'autres activités productives dont le besoin s'est fait particulièrement sentir au cours de la pandémie, pour assurer notamment une plus grande autonomie alimentaire ;

- cette rénovation doit s'accompagner d'une ***professionnalisation accrue des salariés*** (plan de formation pendant la basse saison, maîtrise de l'anglais et d'autres langues étrangères... ) ;

- la coexistence entre plusieurs formes d'hébergements et d'offres touristiques devrait conduire les pouvoirs publics à ***établir une plus grande égalité du traitement fiscal, social et réglementaire (normes et contrôles de sécurité)*** entre elles, dans le respect bien entendu des spécificités de chacune. La question de la taxe de séjour est à cet égard emblématique de la distorsion ressentie entre les hôtels – qui collectent la plus grande partie de la taxe pour une proportion bien moindre de chambres – et les autres hébergements ;

- ***L'enrichissement de l'offre touristique passe par de nombreuses initiatives permettant de mieux cibler les demandes des différentes clientèles, selon les différents territoires ultramarins et les opportunités qu'ils offrent.*** Il s'agit de proposer :

- ***des évènements*** qui attirent et fidélisent la clientèle et permettent, pour les communicants et professionnels du tourisme, un coup de projecteur sur la variété et l'intérêt des territoires. En plus des carnivals traditionnels, de nombreuses initiatives ont déjà été prises ces dernières années qui méritent d'être renouvelées et amplifiées : le voyage des Miss (Miss France), la route du Rhum, la Grande Traversée à la Réunion..., des évènements sportifs... ;

- ***des formules plus attractives***, dans lesquelles le tourisme s'accompagne d'autres prestations, par exemple sur le bien-être ou le thermalisme, les congrès et salons professionnels, les festivals de musique... ;

- ***des circuits à thème à l'intérieur des territoires ultramarins***, permettant de visiter des jardins botaniques ou remarquables, des plantations et autres « habitations » traditionnelles ainsi que des sites classés au patrimoine de l'humanité ( le lagon de Nouvelle-Calédonie, les « pitons, cirques et remparts » de la Réunion, la « réserve de biosphère » de Guadeloupe..) ou de connaître un riche et diversifié patrimoine culinaire.

Il s'agit aussi d'encourager des ***formules touristiques permettant de coupler une destination ultramarine avec un ou plusieurs territoires voisins***, sur le modèle des « îles Vanille » dans l'Océan indien. Au-delà des escales des bateaux de croisière, la Caraïbe devrait être à cet égard un terrain de jeu privilégié, offrant de nombreuses opportunités pour des circuits diversifiés permettant de visiter plusieurs îles ;

- ***le développement de réseaux de mobilités douces*** dans les territoires ultramarins devrait constituer un puissant facteur d'attractivité pour les visiteurs, favorisant également la prise de conscience par les

résidents ultramarins de l'intérêt à préserver l'environnement, le patrimoine culturel et des centres villes apaisés ;

- **la diversification de l'offre conduit à rechercher davantage de touristes étrangers ou métropolitains à plus forte contribution** que celles de la clientèle affinitaire ou des croisiéristes. A cet effet, les voies et moyens sont connus. Il convient de :

- favoriser les liaisons aériennes en provenance de pays émetteurs tels que les Etats-unis, le Canada, l'Afrique du sud, l'Inde ou d'autres états de l'union européenne...Les infrastructures aéroportuaires le permettent. Les aéroports ultra-marins peuvent devenir des « hubs » reliés à d'autres villes que celles de l'hexagone et accueillir d'autres compagnies que celles battant pavillon français, de manière à faire venir, comme dans les aéroports concurrents de la zone, davantage de touristes étrangers. Ainsi, par exemple, la clientèle locale représente 60 % du trafic des deux aéroports réunionnais alors que cette proportion n'est que de 20 % à l'île Maurice. Une réflexion sur les droits de trafic, l'accueil de charters plus nombreux, le dispositif de continuité territoriale ... s'impose rapidement et sans concession à cet effet. Les taxes aéroportuaires, particulièrement élevées outre-mer, devraient être revues et ajustées à cet objectif ;

- simplifier l'accès aux territoires d'outre-mer (hors Schengen) par une simplification de la délivrance des visas (par exemple, achat d'un visa à l'arrivée pour les touristes issus du bassin géographique) ;

- instaurer enfin des ventes hors taxes (exonérations d'octroi de mer, d'accises et de TVA) dans les villes d'escale des croisiéristes, mesure pourtant décidée par le CIMER de 2017 et non encore mise en place, ce qui permettrait pourtant d'améliorer les retombées économiques de la croisière ;

- encourager l'affiliation de certains hôtels à de grandes marques internationales connues et sécurisant les touristes étrangers...

#### **4) Les collectivités territoriales doivent mieux assurer les responsabilités qui sont les leurs au service d'un tourisme durable et apaisé**

Les outre-mer disposent donc de fortes potentialités en faveur d'un « tourisme durable » faisant place, à côté de séjours classiques mettant en valeur les plages, les lagons et la mer, à la découverte d'une riche bio diversité, d'un patrimoine « nature » préservé et d'une culture authentique, au travers aussi de comportements plus durables, encouragés dernièrement par le plan « France Relances » (plus grande sobriété et efficacité énergétiques, lutte contre le gaspillage, éco-mobilité, traitement des déchets, approvisionnements alimentaires locaux ...).

Soutenir et développer ces potentialités suppose simplification et professionnalisation de la gouvernance au travers d'une collectivité chef de file – au lieu d'un éparpillement de responsabilités partielles entre tous les niveaux de collectivités – dans un processus de co-construction avec les professionnels, de manière à développer une vision positive de l'industrie touristique, porteuse de ressources et d'emplois pour la population.

Pour se positionner sur cet objectif, elles devront en faire concrètement une de leurs priorités de développement et en assurer toutes les responsabilités qui en découlent : mise en place d'un plan d'action associant les professionnels, investissements et restauration ambitieuse de l'attractivité des territoires (alimentation en eau potable, ramassage des déchets, mise en œuvre du plan sargasses...), développement de l'anglais à l'école dès le plus jeune âge, actions de promotions mais aussi de sensibilisation des populations ultramarines aux activités touristiques...

Des financements sont disponibles à cet effet qu'il convient de mobiliser : outre les fonds européens classiques tels que le FEDER, pour des investissements, le fonds « tourisme durable » de l'ADEME (5 M€ réservés pour les TPE-PME d'outre-mer), ou encore les crédits du plan « Destination France » applicables outre-mer.

Par ailleurs, il ne faut pas exclure la mise en place de mesures nouvelles, ciblées et temporaires en faveur du développement touristique, par exemple :

- pourquoi, dans le cadre d'un plan de dynamisation touristique durable, porté par des collectivités assumant des efforts conséquents en matière d'attractivité de leur territoire, ne pas proposer des avantages fiscaux et sociaux (abattements voire exonérations) temporaires et ciblées en contrepartie d'engagements (régulièrement évalués) des entreprises touristiques en matière d'un tourisme durable, socialement responsable et créateur d'emplois ?

- pour pallier les difficultés d'une activité très saisonnière, ne peut-on développer des formules de pluriactivité, analogue à ce qui existe dans les stations de sport d'hiver ?

- au-delà du rétablissement d'une plus grande équité concernant la taxe de séjour, ne pourrait-on aussi inciter les communes à supprimer la taxe de séjour, objet de nombreuses critiques<sup>4</sup>.

Rien ne se fera dans les outre-mer, pour développer un tourisme différencié, de qualité, plus écologique et plus profitable, sans que les collectivités territoriales assurent toutes leurs responsabilités et proposent aux populations ultramarines une vision apaisée d'un tourisme mieux intégré à leur histoire, leurs paysages et leur culture.

Le 15 avril 2022

---

4 Si certaines communes, en difficultés voire en quasi faillite, revendiquent le maintien de la taxe de séjour, compte tenu de leur situation financière, ce n'est pas cette taxe qui permettra de régler la question de l'équilibre budgétaire...