

N° 547

# SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2010-2011

---

---

Enregistré à la Présidence du Sénat le 24 mai 2011

## RAPPORT D'INFORMATION

FAIT

*au nom de la commission de l'économie, du développement durable et de l'aménagement du territoire (1) sur « tourisme et environnement outre-mer »,*

Par M. Michel MAGRAS,

Sénateur.

---

(1) Cette commission est composée de : M. Jean-Paul Emorine, *président* ; MM. Gérard César, Gérard Cornu, Pierre Hérisson, Daniel Raoul, Mme Odette Herviaux, MM. Marcel Deneux, Daniel Marsin, Gérard Le Cam, *vice-présidents* ; M. Dominique Braye, Mme Elisabeth Lamure, MM. Bruno Sido, Thierry Repentin, Paul Raoult, Daniel Soulage, Bruno Retailleau, *secrétaires* ; MM. Pierre André, Serge Andreoni, Gérard Bailly, Michel Bécot, Joël Billard, Claude Biwer, Jean Bizet, Jean-Marie Bockel, Yannick Botrel, Martial Bourquin, Jean Boyer, Jean-Pierre Caffet, Yves Chastan, Alain Chatillon, Roland Courteau, Jean-Claude Danglot, Philippe Darniche, Marc Daunis, Denis Detcheverry, Mme Évelyne Didier, MM. Michel Doublet, Daniel Dubois, Alain Fauconnier, Alain Fouché, Serge Godard, Francis Grignon, Didier Guillaume, Michel Houel, Alain Houpert, Mme Christiane Hummel, M. Benoît Huré, Mme Bariza Khiari, MM. Daniel Laurent, Jean-François Le Grand, Philippe Leroy, Claude Lise, Roger Madec, Michel Magras, Hervé Maurey, Jean-François Mayet, Jean-Claude Merceron, Jean-Jacques Mirassou, Robert Navarro, Louis Nègre, Mmes Renée Nicoux, Jacqueline Panis, MM. Jean-Marc Pastor, Georges Patient, François Patriat, Jackie Pierre, Rémy Pointereau, Ladislav Poniatowski, Marcel Rainaud, Charles Revet, Roland Ries, Mmes Mireille Schurch, Esther Sittler, Odette Terrade, MM. Michel Teston, Robert Tropeano, Raymond Vall, René Vestri.



## SOMMAIRE

Pages

<b>LES RECOMMANDATIONS DE VOTRE RAPPORTEUR .....</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>7</b>
<b>I. LE TOURISME ANTILLAIS : UN SECTEUR QUI NE PEUT SORTIR DE LA CRISE QUE PAR LA MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATÉGIE GLOBALE.....</b>	<b>11</b>
<b>A. LA GRAVE CRISE DU TOURISME ANTILLAIS .....</b>	<b>11</b>
1. <i>Le déclin de la destination antillaise .....</i>	<i>11</i>
2. <i>La situation du secteur hôtelier, symbole de cette crise.....</i>	<i>13</i>
<b>B. DES RECOMMANDATIONS POUR FONDER UN VÉRITABLE « TOURISME INTÉGRÉ » DANS LES ANTILLES .....</b>	<b>16</b>
1. <i>Le tourisme n'est pas encore la véritable priorité des Antilles en matière de développement économique.....</i>	<i>16</i>
2. <i>La population ne semble pas encore totalement acquise au développement touristique .....</i>	<i>21</i>
3. <i>Le tourisme antillais est orienté exclusivement sur le marché métropolitain .....</i>	<i>23</i>
a) <i>La desserte des Antilles depuis Roissy est indispensable mais pas suffisante pour attirer la clientèle européenne .....</i>	<i>24</i>
b) <i>Les Antilles doivent cesser de tourner le dos à l'Amérique du Nord.....</i>	<i>26</i>
4. <i>Le dispositif de défiscalisation n'est pas adapté à l'hôtellerie .....</i>	<i>29</i>
5. <i>Des réponses à trouver à l'enjeu majeur de la saisonnalité .....</i>	<i>32</i>
6. <i>Un déficit d'accueil et de formation .....</i>	<i>34</i>
7. <i>La croisière, piste d'avenir pour les Antilles.....</i>	<i>35</i>
<b>II. L'ENVIRONNEMENT, UN ATOUT POUR RELANCER LE TOURISME ANTILLAIS .....</b>	<b>38</b>
<b>A. L'AMÉLIORATION DU CADRE DE VIE, UN PRÉALABLE.....</b>	<b>40</b>
<b>B. LA RICHESSE DE LA GUADELOUPE ET DE LA MARTINIQUE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT .....</b>	<b>48</b>
1. <i>Les Antilles, trésor environnemental de la France .....</i>	<i>48</i>
2. <i>Les Antilles, laboratoire de la France en matière d'énergies renouvelables .....</i>	<i>50</i>
<b>C. METTRE LES ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX DES ANTILLES AU PROFIT DU SECTEUR TOURISTIQUE .....</b>	<b>52</b>
1. <i>Construire une image des Antilles comme « îles vertes » .....</i>	<i>52</i>
2. <i>Préserver et valoriser le patrimoine naturel des Antilles .....</i>	<i>55</i>
<b>ANNEXE 1 EXAMEN EN COMMISSION (MARDI 24 MAI 2011) .....</b>	<b>59</b>
<b>ANNEXE 2 LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR .....</b>	<b>69</b>
<b>ANNEXE 3 DÉPLACEMENT DANS LES ANTILLES (18 – 24 FÉVRIER 2011).....</b>	<b>73</b>
<b>ANNEXE 4 CONTRIBUTIONS ÉCRITES TRANSMISES AU RAPPORTEUR.....</b>	<b>77</b>



## **LES RECOMMANDATIONS DE VOTRE RAPPORTEUR**

**Recommandation n° 1 : faire du tourisme la priorité des Antilles en matière de développement économique.**

**Recommandation n° 2 : renforcer les actions de sensibilisation de la population à l'intérêt de l'activité touristique, notamment en accroissant la place des langues étrangères dans le cadre scolaire.**

**Recommandation n° 3 : mettre tout en œuvre pour que l'expérience de desserte des Antilles depuis Roissy soit concluante, sans pour autant négliger d'autres pistes.**

**Recommandation n° 4 : prendre des initiatives afin d'attirer les touristes nord-américains, notamment en incitant les compagnies aériennes américaines à desservir les Antilles.**

**Recommandation n° 5 : ajuster le dispositif de défiscalisation pour l'hôtellerie afin d'aboutir à une « défiscalisation de projet » et de permettre la mise à niveau des établissements hôteliers.**

**Recommandation n° 6 : prendre des initiatives visant à diversifier les produits touristiques et les clientèles, afin d'atténuer l'effet de saisonnalité.**

**Recommandation n° 7 : lancer un grand plan de formation des salariés du secteur du tourisme antillais.**

**Recommandation n° 8 : relancer la croisière dans les Antilles, notamment en soutenant les projets à Basse-Terre et à Saint-Pierre.**

**Recommandation n° 9 : prendre des initiatives en matière de cadre de vie, par exemple en utilisant les dispositifs législatifs permettant d'encadrer et de réguler l'affichage publicitaire.**

**Recommandation n° 10 : promouvoir les Antilles comme une destination touristique « verte ».**

**Recommandation n° 11 : assurer une meilleure valorisation du patrimoine naturel des Antilles, par exemple *via* la réalisation d'un inventaire des sites naturels remarquables.**



Mesdames, Messieurs,

Depuis le début de l'année 2011, votre commission de l'économie, du développement durable et de l'aménagement du territoire s'est penchée à deux reprises sur des problématiques propres à nos outre-mer, dans le cadre, d'une part, de la proposition de résolution tendant à obtenir compensation des effets, sur l'agriculture des départements d'outre-mer, des accords commerciaux conclus par l'Union européenne<sup>1</sup> et, d'autre part, de la proposition de loi portant dispositions particulières relatives aux quartiers d'habitat informel et à la lutte contre l'habitat indigne dans les départements et régions d'outre-mer<sup>2</sup>.

Après l'agriculture et le logement, et **alors que 2011 est l'année des outre-mer, il est tout à fait logique que votre commission s'intéresse au secteur du tourisme, « secteur d'activité essentiel pour l'outre-mer »**<sup>3</sup>.

**Le 14 septembre 2010, votre rapporteur a été chargé par votre commission de la rédaction d'un rapport d'information sur le thème « Tourisme et environnement outre-mer ».**

La problématique du tourisme en outre-mer a donné lieu, au cours des dernières années, à plusieurs rapports, notamment du Conseil économique, social et environnemental<sup>4</sup> ou d'Atout France. Nombre des constats et des recommandations formulés dans ces rapports restent valables aujourd'hui.

**L'objectif du présent rapport d'information est cependant original** : votre rapporteur examinera, bien entendu, la situation du secteur touristique et formulera des propositions portant sur certains aspects qu'il juge essentiels. Mais il analysera également **dans quelle mesure et à quelles conditions l'environnement peut constituer un atout pour le tourisme ultramarin.**

---

<sup>1</sup> Cette proposition de résolution a été adoptée par le Sénat le 3 mai 2011.

<sup>2</sup> Cette proposition de loi a été adoptée en première lecture par le Sénat le 4 mai 2011.

<sup>3</sup> Convention de partenariat entre le secrétariat d'État à l'outre-mer et ODIT France, 3 mars 2009.

<sup>4</sup> Cf. « Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français », M. Miguel Laventure, 1997 ; « Le tourisme, perspective d'avenir pour l'outre-mer français », Mme Cécile Felzines, 2007.

Dès le début de ses travaux, **votre rapporteur s'est interrogé sur le champ géographique du présent rapport**. Était-il possible - et souhaitable - de traiter l'ensemble des outre-mer, c'est-à-dire les onze collectivités ultramarines<sup>1</sup> ? Votre rapporteur a jugé que cela était irréaliste, pour deux raisons :

- d'une part, traiter l'ensemble des outre-mer aurait imposé de se déplacer dans chacune de ces collectivités, ce qui aurait été logistiquement très compliqué ;

- d'autre part, et surtout, votre rapporteur estime que, **en matière de tourisme comme dans bien d'autres domaines, il n'y a pas un outre-mer mais des outre-mer**. Si les collectivités ultramarines sont confrontées à certaines problématiques similaires en matière touristique, chacune d'entre elles a des caractéristiques qui lui sont propres. Ainsi, quel est le point commun entre Saint-Pierre-et-Miquelon, île au climat océanique froid et la Guyane, département d'une taille comparable à celle du Portugal, couvert à près de 90 % par la forêt équatoriale ? Quel est le point commun entre les collectivités dont le tourisme est orienté sur le balnéaire, à l'exemple des collectivités antillaises ou de la Polynésie française, et celles où se sont développés d'autres types de tourisme, comme La Réunion, qui ne compte que quelques kilomètres de plages ?

En conséquence, **votre rapporteur a choisi le limiter le champ du présent rapport aux deux départements antillais, la Guadeloupe et la Martinique**, qui sont confrontées aux mêmes réalités : longtemps destinations touristiques de premier ordre, elles rencontrent depuis le début des années 2000 de très graves difficultés.

Le présent rapport est **le fruit d'un important travail d'écoute**.

Votre rapporteur a ainsi effectué, entre décembre 2010 et avril 2011, **plus d'une vingtaine d'auditions à Paris**, rencontrant les représentants des professionnels du secteur, des associations de protection de l'environnement ou encore les représentants des compagnies aériennes desservant les Antilles. Il a également entendu les deux ministres compétents sur ce sujet : Mme Marie-Luce Penchard, ministre chargée de l'outre-mer, et M. Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation.

Afin d'appréhender au mieux les problématiques du secteur du tourisme de ces deux départements, votre rapporteur a effectué, en février 2011, **un déplacement d'une semaine à Saint-Barthélemy, en Martinique et en Guadeloupe**, au cours duquel il a effectué plus d'une trentaine

---

<sup>1</sup> *Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Martin, Saint-Barthélemy, Guadeloupe, Martinique, Guyane, Mayotte, La Réunion, Nouvelle-Calédonie, Polynésie française, Wallis-Et-Futuna.*



d'auditions : il a ainsi rencontré notamment les socioprofessionnels, les élus locaux ainsi que les représentants des services de l'État.

Votre rapporteur souhaite souligner que son déplacement à Saint-Barthélemy avait pour objectif d'étudier les raisons du succès de cette île, fleuron de notre pays en matière de tourisme. Pour autant, il est évident que cette île ne peut pas constituer un modèle : son cas n'est pas transposable dans les autres collectivités ultramarines. Chacune de ces collectivités, notamment la Guadeloupe et la Martinique, doit construire son propre modèle touristique, élaborer une stratégie qui lui soit propre.

Au terme des travaux de votre rapporteur, le présent rapport d'information formule **onze recommandations qui s'adressent essentiellement aux acteurs locaux, mais également à l'État.**

Ces recommandations ont pour vocation d'inspirer la stratégie que les départements antillais doivent élaborer en matière de tourisme, ceci **afin de passer d'un tourisme subi à un « tourisme intégré »**, notion que votre rapporteur emprunte à la conception scientifique de l'intégration, c'est-à-dire un tourisme en harmonie avec la société et le milieu naturel dans lequel il se développe.

\*

\*           \*

**Lors de sa réunion du 24 mai 2011, la commission de l'économie, du développement durable et de l'aménagement durable a autorisé la publication du présent rapport d'information.**



## **I. LE TOURISME ANTILLAIS : UN SECTEUR QUI NE PEUT SORTIR DE LA CRISE QUE PAR LA MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATÉGIE GLOBALE**

### ***A. LA GRAVE CRISE DU TOURISME ANTILLAIS***

**Le constat est unanime : le tourisme antillais traverse, depuis la fin des années 1990, une grave crise.**

L'ensemble des personnalités rencontrées par votre rapporteur, tant à Paris que lors de son déplacement dans les Antilles, ont souligné la gravité de cette crise. Mme Marie-Luce Penchard, ministre de l'outre-mer, indique ainsi que « *après un pic à la fin des années 90, le secteur n'a cessé de décliner aux Antilles sous les effets conjugués d'une concurrence croissante des îles voisines et d'une dégradation de l'offre locale* »<sup>1</sup>.

Avant de formuler des pistes pour sortir le tourisme antillais du marasme, votre rapporteur souhaite revenir brièvement sur certains aspects de cette crise.

#### **1. Le déclin de la destination antillaise**

**Depuis le début des années 2000, les deux départements antillais ont vu leur fréquentation touristique s'effondrer**, notamment sous l'effet de la concurrence d'autres destinations. Lors de son audition par votre rapporteur, M. Alain Vienney, délégué général de la Fédération des entreprises d'outre-mer (FEDOM), a ainsi souligné que le tourisme antillais avait connu un lent processus de dégradation depuis le début des années 2000.

Les universitaires, autour de M. Fred Célimène, directeur du Centre d'étude et de recherche en économie, gestion, modélisation et informatique appliquée (CEREGMIA) à l'Université des Antilles et de la Guyane (UAG), rencontrés par votre rapporteur lors de son déplacement en Martinique, ont estimé que les deux départements antillais étaient entrés dans la phase de déclin de la destination décrite par la « courbe de Butler ».

**Les chiffres sont très clairs : chacun des deux départements antillais accueillait, à la fin des années 1990, près d'un million de touristes et en accueille à peine 600 000 aujourd'hui.**

La Martinique accueillait ainsi en 1995 plus de 900 000 touristes. Elle a dépassé le million de touristes en 1998. Onze ans plus tard, elle en a perdu près de 450 000, comme l'illustre le tableau suivant.

---

<sup>1</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

### ÉVOLUTION DU NOMBRE DE TOURISTES EN MARTINIQUE

Année	Nombre de touristes
1995	938 120
1996	957 758
1997	969 082
1998	1 039 761
1999	993 441
2000	928 197
2001	755 660
2002	729 398
2003	785 709
2004	696 301
2005	639 060
2006	655 213
2007	626 328
2008	631 317
2009	577 164

Source : Comité martiniquais du tourisme (CMT), *Projet de réforme du tourisme en Martinique (orientations budgétaires 2011)*.

L'évolution de la fréquentation touristique en Guadeloupe est similaire.

Autre illustration du déclin de ces destinations : **la diminution du trafic aérien**. Lors de son audition par votre rapporteur, M. Serge Tsygalnitzky, directeur général d'Air Caraïbes, a souligné qu'alors que le transport aérien mondial connaît une croissance annuelle de 4 à 5 %, le transport aérien à destination des Antilles est en régression : son niveau de 2010 est ainsi inférieur à celui de 2004.

**Quelles sont les explications de ce déclin ?** Elles sont bien entendu nombreuses et votre rapporteur évoquera plusieurs d'entre elles dans la suite du présent rapport, en envisageant des pistes de solution.

Outre la concurrence de destinations plus compétitives, **la situation sociale est très souvent évoquée comme un élément explicatif**. La stabilité est, en effet, un élément clé du choix d'une destination, tant pour les touristes que pour les opérateurs. Tous les interlocuteurs de votre rapporteur ont ainsi souligné **l'impact dévastateur de la longue crise sociale de 2009** sur le secteur touristique antillais :

– à court terme, cette crise a conduit à l'annulation de près de 10 000 séjours à destination de la Guadeloupe et de la Martinique, comme l'a indiqué la ministre de l'outre-mer<sup>1</sup> ;

---

<sup>1</sup> Cf. contribution écrite transmise à votre rapporteur.

– à plus long terme, elle a renforcé l'image négative de la destination antillaise auprès des touristes ainsi que des investisseurs. La situation sociale a ainsi conduit le Club Med à renoncer à certains investissements en Guadeloupe, comme l'a indiqué à votre rapporteur le Préfet de cette région.

Pour autant, l'année 2010 et le début de l'année 2011 sont marquées par une légère reprise de l'activité touristique dans ces départements.

En Guadeloupe, le rebond est ainsi réel : le trafic aérien est en progression de 7,25 % au premier semestre 2011 par rapport à 2010. Cette tendance est confirmée par M. Nicolas Vion, président du groupement hôtelier et touristique de la Guadeloupe (GHTG), qui indique, à propos du taux d'occupation des hôtels au premier semestre 2011 : « on remonte de 2,5 % par rapport à 2010, mais nous sommes encore bien en deçà de 2007 qui affichait un taux d'occupation de 86,86 % et de 2008 avec 83,04 % »<sup>1</sup>.

La ministre de l'outre-mer a confirmé à votre rapporteur cette tendance, estimant qu'un « effet route du Rhum » était perceptible en Guadeloupe.

## 2. La situation du secteur hôtelier, symbole de cette crise

Les difficultés rencontrées par le secteur hôtelier antillais sont une illustration criante de la crise du tourisme dans ces départements. Le secteur hôtelier est en effet l'un des secteurs les plus durement touchés par la baisse de l'activité touristique.

Tout d'abord, le parc hôtelier antillais a « fondu » au cours des dernières années. Comme l'a indiqué M. Serge Tsygalnitzky, directeur général d'Air Caraïbes, lors de son audition par votre rapporteur, le parc hôtelier a été divisé par deux en dix ans :

– en Guadeloupe, près de 5 000 lits hôteliers ont ainsi disparu entre 2003 et 2008<sup>2</sup>. D'après les documents transmis par le groupement hôtelier et touristique guadeloupéen (GHTG), 20 hôtels, représentant près de 46,7 % des chambres, sont aujourd'hui fermés dans le département<sup>3</sup>. Le Préfet de la Guadeloupe a indiqué à votre rapporteur que le nombre de lits pourrait encore diminuer de moitié d'ici 2015 ;

---

<sup>1</sup> In : « Tourisme : une fin de saison positive », in : France Antilles Guadeloupe, 5 mai 2011.

<sup>2</sup> Cf. Atout France, « Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination », Synthèse finale, novembre 2010, p. 42.

<sup>3</sup> Cf. Groupement hôtelier et touristique guadeloupéen, « Comparatif 2010 et années antérieures. Relation trafic aérien et remplissage hôtelier ».

– en Martinique, M. Serge Letchimy, président du conseil régional, a estimé, lors de la table-ronde consacrée au tourisme organisée lors du déplacement du Président de la République en janvier 2011, que 1 000 chambres et 26 hôtels avaient fermé en 10 ans<sup>1</sup>.

Votre rapporteur relève également **la carence manifeste d'enseignes internationales** dans ces deux départements : seuls y sont présents les groupes Club Méditerranée et Accor.

Ensuite, **le parc hôtelier est totalement obsolète dans les Antilles**. Comme l'indique Mme Stéphanie Bessière, directrice du Tourisme de la collectivité de Saint-Martin, « *globalement, le parc d'hébergement des Antilles françaises (...) soutient difficilement la comparaison avec les îles devenues récemment des destinations touristiques* »<sup>2</sup>.

Cette situation n'est pas nouvelle : Mme Cécile Felzines notait en 2007 que le parc hôtelier, tant martiniquais que guadeloupéen, « *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 à un moindre coût. La faible rentabilité conduit plus souvent les exploitants à la fermeture qu'à la remise à niveau* »<sup>3</sup>.

La ministre de l'outre-mer souligne aujourd'hui que « *globalement, les produits hôteliers en Guadeloupe et en Martinique sont très normés, standardisés, sans cachet particulier ni caractère* »<sup>4</sup>. Cette situation conduit la destination antillaise à être, selon notre collègue Daniel Marsin, en situation de « *surpromesse marketing* », comme il l'a indiqué lors de son audition par votre rapporteur.

Votre rapporteur se réjouit donc des projets de rénovation d'établissements hôteliers existant dans les deux départements, à l'exemple du projet de rénovation de l'hôtel « La Batelière » à Schœlcher en Martinique, qui constituent un élément très encourageant.

Il apparaît ensuite que **les établissements hôteliers des Antilles sont dans une situation financière particulièrement difficile**.

La quasi-totalité des socio professionnels rencontrés par votre rapporteur au cours de ses auditions et de son déplacement l'ont alerté sur cette question.

---

<sup>1</sup> Cité in : « Interview de M. Alain Bodon, inspecteur général des finances en charge de la mission sur la situation financière des hôtels aux Antilles : « Je peux être un accélérateur de décision » », France Antilles Martinique, 29 mars 2011.

<sup>2</sup> Mme Stéphanie Bessière, « Le tourisme dans les Antilles françaises. Le défi de la concurrence caribéenne », L'Harmattan, mai 2010, p. 185.

<sup>3</sup> Conseil économique et social, « Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français », Avis présenté par Mme Cécile Felzines, 17 janvier 2007, p. 12.

<sup>4</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

Lors de son audition, M. Jean-Paul Octave, président du Groupement des investisseurs hôteliers des outre-mers (GIHDOM) a ainsi estimé que 80 % des structures hôtelières antillaises étaient déficitaires. M. Benoît Lescene, président de Zilea<sup>1</sup>, a quant à lui indiqué à votre rapporteur que la situation des établissements hôteliers était particulièrement difficile en matière de dettes sociales et fiscales : près de 90 % des établissements hôteliers et des restaurants martiniquais seraient ainsi en difficulté.

La crise de 2009 a eu, dans ce domaine également, un impact désastreux puisque « [l']endettement [des hôteliers antillais] s'est aggravé depuis 2009 avec une hausse de 49 % des dettes sociales et de 88 % des dettes fiscales entre le 30 septembre 2009 et le 30 juin 2010 »<sup>2</sup>.

**Les professionnels estiment que le modèle économique des établissements antillais n'est pas viable** et que cela explique les difficultés actuelles : ces établissements ne seraient pas rentables par rapport à ceux des destinations concurrentes, du fait notamment d'un niveau de charges élevé. Certains revendiquent la mise en place de moratoires, en s'appuyant sur l'exemple des dispositifs accordés par le Parlement dans le cadre de la loi pour le développement économique des outre-mer (LODEOM)<sup>3</sup> ou de la loi de finances pour 2011<sup>4</sup>.

**Votre rapporteur n'est pas partisan de ce type de dispositifs** : ils constituent un « cautère sur une jambe de bois » et n'ont jamais résolu les difficultés du secteur hôtelier. La priorité est, à ses yeux, de s'interroger sur le produit à offrir aux touristes.

**Il salue donc la position exprimée par le Président de la République lors de son déplacement dans les Antilles en janvier 2011** : ce dernier s'est en effet opposé à la mise en place d'un plan généralisé d'effacement des dettes. En février 2011, une mission portant sur l'hôtellerie de Guadeloupe et de Martinique a été confiée à M. Alain Bodon, inspecteur général des Finances, par les ministres de l'outre-mer, du budget et du tourisme. L'objectif de cette mission est d'identifier les faiblesses du secteur hôtelier antillais et d'y apporter des réponses adéquates afin d'améliorer sa compétitivité.

Votre rapporteur espère que cette mission portera ses fruits et aboutira à des solutions adaptées aux difficultés rencontrées par l'hôtellerie antillaise.

---

<sup>1</sup> Zilea se présente comme « le club des professionnels du séjour en Martinique ».

<sup>2</sup> KPMG, « Benchmarking des ratios d'exploitation hôteliers : Caraïbes – Océan Indien – France métropolitaine », décembre 2010, p. 4.

<sup>3</sup> Cf. article 32 de la loi n° 2009-594 du 27 mai 2009 pour le développement économique des outre-mer.

<sup>4</sup> Cf. article 172 de la loi n° 2010-1657 du 29 décembre 2010 de finances pour 2011.

Si la situation de l'hôtellerie est morose, votre rapporteur souhaite souligner que le « tableau » n'est pas aussi noir. **Le tourisme ne se résume en effet pas à l'hôtellerie**, contrairement au raccourci que certains ont souvent tendance à effectuer.

A côté des structures hôtelières moribondes, **le tourisme de gîtes est aujourd'hui en plein essor dans les Antilles**. Comme l'a noté Atout France à propos de la Guadeloupe, « *les gîtes et les meublés ont concerné respectivement 13 % et 15 % des nuitées en 2008 (...), soit 29 % des nuitées au total, derrière l'hébergement chez des parents et amis (37 %) mais devant l'hôtel (28 %) »<sup>1</sup>.*

Cet essor du tourisme de gîtes a été souligné par l'ensemble des interlocuteurs rencontrés par votre rapporteur lors de son déplacement dans les Antilles : ce tourisme de moyenne gamme, qui permet un contact entre le touriste et la population, **peut constituer un secteur d'avenir pour le tourisme antillais**, comme l'ont souligné tant M. Alain Malka, directeur général Caraïbes et Océan Indien d'Air France KLM, que Mme Marie-Luce Penchard, ministre de l'outre-mer.

Pour autant, **ce secteur doit être davantage structuré**. Comme l'indique Atout France à propos de la Guadeloupe, « *ce secteur aujourd'hui mal maîtrisé doit être travaillé pour accroître sa visibilité et sa mise en marché tout en constituant pour la destination une ligne de produits de charme à part entière »<sup>2</sup>. L'organisme note, à propos de la Martinique, qu'« un nombre important d'hébergements (chambres d'hôtes, gîtes, meublés, ...) non labellisés (...) se sont beaucoup développés depuis le début des années 1990. Leur recensement est cependant assez difficile, et leur nombre diffère selon les sources »<sup>3</sup>.*

## **B. DES RECOMMANDATIONS POUR FONDER UN VÉRITABLE « TOURISME INTÉGRÉ » DANS LES ANTILLES**

### **1. Le tourisme n'est pas encore la véritable priorité des Antilles en matière de développement économique**

**Le tourisme est un secteur économique central des deux départements antillais.**

En 2007, Mme Cécile Felzines estimait ainsi que les entreprises touristiques produisaient environ 7 % de la valeur ajoutée brute totale en Martinique, soit plus que l'agriculture ou le secteur du bâtiment<sup>4</sup>. Elle

---

<sup>1</sup> « Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination », *Ibid.*, p. 43.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 50-51.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 63.

<sup>4</sup> Cf. « Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français », *Ibid.*, p. 11.



indiquait qu'en Guadeloupe, le tourisme représentait environ 10 % du produit intérieur brut (PIB) régional et près de 9 000 emplois directs<sup>1</sup>.

Des données plus récentes confirment le poids du tourisme dans l'économie antillaise.

**POIDS DU TOURISME EN GUADELOUPE ET EN MARTINIQUE**  
(2010)

	Guadeloupe	Martinique
Part directe dans le PIB	2,1 %	1,8 %
Part directe et indirecte dans le PIB	12 %	9,2 %
Part directe des emplois	2,2 % (2 900)	2,3 % (3 000)
Part directe et indirecte des emplois	11,1 % (14 000)	9,7 % (12 000)

*Source : World Travel and Tourism Council, cité in : « Le tourisme des Antilles françaises. Le défi de la concurrence caribéenne », Ibid., p. 21 et 24.*

Au-delà de son poids actuel, votre rapporteur souligne que **le tourisme est le secteur économique d'avenir pour les Antilles** : c'est le gisement de croissance de ces départements pour les prochaines années, le seul secteur d'activité dont on peut espérer un développement économique durable.

La convention signée entre l'État et Atout France<sup>2</sup> en mars 2009 souligne ainsi que « *le tourisme constitue un secteur d'activité essentiel pour l'outre-mer, et représente toujours un potentiel d'emplois à créer, à stabiliser ou à pérenniser durablement* ».

**L'ensemble des personnalités rencontrées par votre rapporteur l'ont confirmé** : notre collègue Jacques Gillot, par ailleurs président du conseil général de Guadeloupe, a ainsi indiqué que le tourisme devait s'affirmer comme « *l'élément du développement économique* » de son département. Notre collègue Serge Larcher a quant à lui souligné que le tourisme devait être un secteur moteur pour le développement économique martiniquais, notamment parce qu'il permet de créer de nombreux emplois induits, dans le secteur agricole par exemple.

---

<sup>1</sup> Ibid., p. 14.

<sup>2</sup> Alors ODIT France.

Votre rapporteur note que le législateur a d'ailleurs consacré le tourisme comme un des secteurs prioritaires des zones franches d'activité instituées par la loi pour le développement économique des outre-mer (LODEOM) précitée.

**Ce constat peut paraître aller de soi**, car, comme l'indiquait le Président de la République lors de son déplacement dans les Antilles en janvier 2011 : le tourisme est « *une évidence* » pour ces deux îles<sup>1</sup>.

Pour autant, **la volonté politique de développer le tourisme a été absente pendant de nombreuses années dans ces deux départements.**

L'ensemble des personnalités rencontrées par votre rapporteur, notamment les socioprofessionnels, ont jugé que, **pendant longtemps, il n'y a eu aucune stratégie touristique dans ces départements.**

Les divers rapports publiés sur le tourisme ultramarin n'ont d'ailleurs pas été suivis d'effets et de prise de conscience par les acteurs locaux, notamment politiques. Bon nombre de difficultés actuelles avaient ainsi été détectées sans que les acteurs locaux ne mettent en œuvre les propositions avancées par ces documents. C'est pourquoi, en 2007, « *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* »<sup>2</sup>.

Votre rapporteur estime que, même **si la responsabilité incombe en matière de tourisme aux acteurs locaux, l'État peut prendre certaines initiatives, afin d'accompagner la mise en œuvre la stratégie définie par ceux-ci.**

**Les acteurs locaux doivent donc définir et écrire une stratégie touristique.** Cette stratégie doit associer l'ensemble des acteurs, des collectivités territoriales aux hôteliers, en passant par les compagnies aériennes, les services de l'État ou encore les tour-opérateurs. **Il est indispensable que l'ensemble des acteurs prennent conscience de l'existence d'une filière touristique, dans une optique de « tourisme intégré ».**

Lors de son déplacement dans les deux départements antillais, votre rapporteur a pu apprécier la richesse des initiatives prises en matière de tourisme : ces initiatives ont cependant été prises de façon isolée, sans coordination et sans s'intégrer dans une stratégie globale. Les universitaires martiniquais rencontrés par votre rapporteur ont ainsi estimé que le tourisme demeurerait « spontané » dans les Antilles.

Lors de son audition, M. Christian Mantei, directeur général d'Atout France, a regretté lui aussi que les différentes questions (hôtellerie, plaisance, transport...) soient aujourd'hui encore désynchronisées.

---

<sup>1</sup> *Vœux du Président de la République à la France d'outre-mer, Petit-Bourg, 9 janvier 2011.*

<sup>2</sup> « *Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 7.

**Votre rapporteur estime qu'il serait donc utile qu'une Conférence réunisse, dans chaque département, l'ensemble des acteurs (acteurs locaux et État) afin de consacrer le tourisme comme la véritable priorité économique, de déterminer la stratégie touristique et d'orienter les dépenses publiques prioritairement vers ce secteur.** Une telle conférence pourrait être organisée après chaque renouvellement des instances de la collectivité régionale. Cette proposition se situe dans la logique du « contrat de destination » évoqué par M. Christian Mantei lors de son audition par votre rapporteur.

L'objectif de cette conférence doit être le suivant : *« il s'agit désormais de rationaliser et de coordonner l'accès, l'hébergement, la politique de promotion et d'aménagement, de manière cohérente, dans le cadre d'un positionnement en phase avec le potentiel et l'identité des territoires de la Guadeloupe et de la Martinique »*<sup>1</sup>.

Votre rapporteur estime que la priorité donnée au tourisme **pourrait aller jusqu'à orienter l'organisation institutionnelle** : l'idée d'organiser les intercommunalités dans ces deux départements sur la base d'un projet de développement touristique cohérent lui paraît ainsi très intéressante.

**S'agissant des grandes orientations de cette stratégie, s'il revient aux acteurs locaux de la définir, votre rapporteur estime que l'enjeu essentiel est de passer d'un tourisme subi à un tourisme choisi.**

A Saint-Barthélemy, la collectivité a ainsi fait le choix d'un tourisme haut de gamme. Ce choix a conduit à des décisions politiques radicales, par exemple en matière de croisière, visant à limiter le développement des capacités d'accueil de l'île. Comme l'indique l'Institut d'émission des départements d'outre-mer (IEDOM), *« dans un souci de préserver l'attrait de l'île pour cette clientèle privilégiée, la collectivité a toujours tenu à contrôler le développement touristique »*<sup>2</sup>.

Ces choix ne sont bien évidemment pas transposables aux deux départements antillais : **chaque destination doit déterminer sa propre stratégie et ses produits touristiques.**

Pour autant, au terme de ses travaux, votre rapporteur estime, que **le tourisme de masse**, choix effectué dans les années 1980, aujourd'hui à bout de souffle, **n'est pas adapté aux deux départements antillais.**

Comme l'a indiqué lors de son audition M. Patrick-Olivier Picourt, président de la Compagnie financière Saint-Thomas, ce choix conduit à une paupérisation de la clientèle et de la destination. M. Alain Vienney, délégué général de la Fédération des entreprises d'outre-mer (FEDOM) a, quant à lui,

---

<sup>1</sup> Contribution écrite de la ministre de l'outre-mer transmise à votre rapporteur.

<sup>2</sup> « Saint-Barthélemy : une économie fondée sur le tourisme haut de gamme », Institut d'émission des départements d'outre-mer (IEDOM), Note expresse n° 69, mars 2010, p. 3.

estimé que la cible des départements antillais devait être un tourisme moyen-haut de gamme misant sur l'environnement ou le culturel.

Autre élément qui apparaît clair au terme des travaux de votre rapporteur : **le tourisme balnéaire n'est plus le seul élément déterminant** du choix de la destination. S'il demeure un produit d'appel indispensable, notamment vis-à-vis de la clientèle en provenance des pays émergents, il n'est aujourd'hui clairement plus suffisant et d'autres types de tourisme doivent être donc développés.

Cette nécessité de diversifier le produit touristique antillais avait d'ailleurs été prévue dès 1997 par M. Miguel Laventure qui notait que *« actuellement, c'est le plus souvent la plage qui est exploitée, parfois de manière stéréotypée, ce qui, à la longue, risque de rendre monotone l'offre touristique »*<sup>1</sup>.

Enfin, **votre rapporteur souhaite saluer l'évolution récente perceptible en Martinique**. La totalité des interlocuteurs rencontrés par votre rapporteur, tant à Paris que lors de son déplacement, ont souligné qu'y existait aujourd'hui une véritable mobilisation des acteurs locaux en faveur du développement touristique. M. Patrick-Olivier Picourt, président de la Compagnie financière Saint-Thomas, a ainsi affirmé lors de son audition par votre rapporteur : *« il se passe quelque chose en Martinique »*, tandis que M. Olivier Huygues-Despointes a évoqué *« un vent très favorable au tourisme »*.

Deux éléments semblent avoir joué un rôle essentiel dans ce déclic :

– la politique lancée par le nouveau président du conseil régional de la Martinique, visant à faire du tourisme la priorité en matière de développement économique : M. Serge Letchimy a ainsi nommé une professionnelle à la tête du Comité martiniquais du tourisme (CMT), choix qui a été salué par l'ensemble des socioprofessionnels martiniquais rencontrés par votre rapporteur ;

– le déplacement du Président de la République au début du mois de janvier 2011 : une table-ronde a été organisée sur le tourisme à cette occasion. Elle a vu l'ensemble de la classe politique martiniquaise marquer son soutien à la politique de développement touristique.

En Martinique, l'ensemble des acteurs a pris conscience de l'enjeu représenté par le tourisme : une véritable stratégie est donc en train d'être définie dans ce département. Cette évolution est porteuse d'espoir pour l'avenir du tourisme martiniquais et, plus généralement, pour l'avenir de la Martinique.

---

<sup>1</sup> « Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français », Conseil économique et social, M. Miguel Laventure, p. 31.

**Recommandation n° 1 : faire du tourisme la priorité des Antilles en matière de développement économique.**

**2. La population ne semble pas encore totalement acquise au développement touristique**

La question de l'adhésion de la population au développement touristique est revenue systématiquement au cours des travaux de votre rapporteur. **La question identitaire a été clairement identifiée comme un frein au développement touristique.**

**La population antillaise a en effet longtemps été réfractaire au développement du tourisme.** Pour reprendre une formule souvent utilisée, **le service a longtemps été assimilé à la servitude.**

Par ailleurs, comme l'a souligné notre collègue Serge Larcher lors de son audition par votre rapporteur, les Antillais avaient le sentiment de ne pas profiter du développement touristique.

Selon les termes de M. Serge Tsygalnitzky, directeur général d'Air Caraïbes, le tourisme antillais a donc longtemps été « honteux ».

Votre rapporteur estime que **les élites**, les intellectuels et les élus locaux, **portent une part de responsabilité en la matière** : comme l'a ainsi souligné M. Jocelyn Jalton, président du Conseil économique et social régional (CESR) de Guadeloupe, lors de son audition, les élites guadeloupéennes ont toujours abordé, dans leurs discours, la question du tourisme sous un angle négatif.

**L'adhésion de la population est pourtant une condition indispensable au développement du tourisme.**

Comme le soulignait M. Miguel Laventure dans son rapport de 1997, *« l'adhésion des populations est indispensable pour assurer un accueil agréable des visiteurs, faire naître chez eux le désir de revenir et en faire les ambassadeurs de la destination »*<sup>1</sup>. Mme Cécile Felzines estimait quant à elle en 2007 que *« de nouvelles perspectives de développement du tourisme dans l'outre-mer ne pourront s'élaborer sans l'adhésion de la population »*<sup>2</sup>.

Comment espérer en effet devenir des destinations touristiques de premier ordre quand existe une *« agressivité latente »* de la population à l'égard des touristes, comme l'a estimé Mme Stéphanie Bessière, directrice du

---

<sup>1</sup> « Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français », *Ibid.*, p. 7.

<sup>2</sup> « Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français », *Ibid.*, p. 39.

tourisme de la Collectivité de Saint-Martin, lors de son audition par votre rapporteur ?

Quelle est **la situation aujourd'hui ? De réels progrès ont été réalisés**. Cependant, si de nombreuses personnalités rencontrées par votre rapporteur estiment que l'adhésion de la population antillaise au tourisme est acquise, de non moins nombreuses relèvent que **beaucoup est encore à faire en la matière**.

Des campagnes de communication ont ainsi été lancées afin de sensibiliser la population à l'intérêt du développement du tourisme, à l'exemple de la campagne « *Bâtisseurs de Paradis* » lancée en 2010 en Martinique : cette campagne visait notamment à conscientiser la population de l'importance de protéger et de mettre en valeur le patrimoine de l'île.

**Votre rapporteur estime que ce type de campagnes doit être poursuivi, en associant les différents acteurs concernés : une véritable pédagogie du développement touristique est en effet nécessaire**, tant dans les médias que dans le cadre scolaire.

Mme Cécile Felzines résumait l'équilibre qui doit s'établir entre les touristes et la population par la formule suivante, que votre rapporteur reprend à son compte : « *accueillir sans se faire envahir, offrir sans se sentir dépossédé* »<sup>1</sup>.

Votre rapporteur souligne que l'orientation exclusive du tourisme antillais sur la métropole a certainement contribué à alimenter une vision « coloniale » du tourisme. Les propositions que votre rapporteur formulera afin d'ouvrir les Antilles à d'autres marchés, notamment européens et nord-américains, pourraient permettre d'atténuer cette vision.

Votre rapporteur estime, par ailleurs, que la formation aux langues étrangères peut jouer un rôle positif en la matière : apprendre une langue étrangère permet en effet de s'ouvrir aux autres cultures. Il serait donc utile de **renforcer le nombre d'heures d'enseignement des langues étrangères dans les écoles, les collèges et les lycées de ces deux départements : l'objectif doit être de faire des Antillais de parfaits bilingues**. Cette idée a été notamment évoquée par M. Jean-Jacques Jérémie, président du Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement (CCEE) de Guadeloupe lors de son audition par votre rapporteur. Par capillarité, la sensibilisation des enfants devrait ainsi permettre de sensibiliser une partie importante de la population.

---

<sup>1</sup> « *Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 39.

**Recommandation n° 2 : renforcer les actions de sensibilisation de la population à l'intérêt de l'activité touristique, notamment en accroissant la place des langues étrangères dans le cadre scolaire.**

### **3. Le tourisme antillais est orienté exclusivement sur le marché métropolitain**

La Martinique et la Guadeloupe sont aujourd'hui en **situation de mono clientèle** : la quasi-totalité des touristes qu'elles accueillent sont des Français.

En 2007, Mme Cécile Felzines notait ainsi que 79,4 % des touristes visitant la Martinique sont métropolitains<sup>1</sup>, contre 75,8 % en Guadeloupe<sup>2</sup>. Les données plus récentes confirment ce constat : **plus de 90 % des touristes sont aujourd'hui Français.**

#### **ORIGINE DES TOURISTES EN GUADELOUPE ET EN MARTINIQUE**

	Guadeloupe	Martinique
<b>France</b>	<b>94 %</b>	<b>93 %</b>
Reste de l'Union européenne	4 %	3 %
Hors Union européenne	2 %	4 %

*Source : « Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination », Ibid., p. 40 et 61.*

Parmi les touristes français, **un grand nombre sont des touristes affinitaires** : d'après Atout France, ils représentent 38 % des touristes en Guadeloupe<sup>3</sup> et entre 13 et 20 % en Martinique<sup>4</sup>.

**Cette situation de mono clientèle constitue un handicap important** : il convient donc de prendre les mesures nécessaires afin d'ouvrir ces destinations sur les marchés européen et nord-américain.

---

<sup>1</sup> Ibid., p. 11.

<sup>2</sup> Ibid., p. 13.

<sup>3</sup> Ibid., p. 40.

<sup>4</sup> Ibid., p. 61.

*a) La desserte des Antilles depuis Roissy est indispensable mais pas suffisante pour attirer la clientèle européenne*

**La problématique de la desserte aérienne depuis Orly constitue un sujet de débat récurrent en Guadeloupe et en Martinique.**

**L'ensemble des personnalités rencontrées sur place par votre rapporteur**, tant les élus que les socioprofessionnels, **ont en effet estimé qu'une desserte aérienne depuis Roissy était indispensable** afin de relancer l'activité touristique de ces départements.

Du fait de leur desserte depuis Orly, les Antilles restent prisonnières de leur mono clientèle. M. Jean-Paul Octave, président du GIHDOM, a ainsi estimé lors de son audition que les Antilles françaises étaient traitées comme la banlieue parisienne. **La desserte depuis Roissy permettrait à ces destinations de s'ouvrir à de nouveaux marchés européens**, en profitant du statut de *hub* de cet aéroport.

Les socioprofessionnels estiment ainsi que les Antilles disposent d'un vrai potentiel dans d'autres pays européens, comme l'Italie, la Belgique ou la Suisse. Air France KLM confirme ce potentiel : la compagnie a lancé en 2010 des actions auprès de plusieurs de ses délégations régionales européennes, qui ont donné des résultats encourageants avec une hausse du trafic européen à destination des Antilles de 10 %<sup>1</sup>.

Au terme de ses travaux, **votre rapporteur estime que la mise en place d'une desserte aérienne des Antilles depuis Roissy est indispensable.**

Elle a d'ailleurs été recommandée dès mai 2006 par un rapport d'enquête sur l'optimisation de la desserte aérienne des départements d'outre-mer : ce rapport soulignait qu'il était important de « *créer une offre mieux orientée sur la captation de flux de passagers européens* » et que seul l'aéroport de Roissy permettait d'« *assurer une correspondance avec les vols internationaux, notamment européens* »<sup>2</sup>.

Lors du Conseil interministériel de l'outre-mer (CIOM) de novembre 2009 a été annoncée l'installation du groupe de travail sur la desserte des Antilles en janvier 2010<sup>3</sup>. Lors de son déplacement de janvier 2011, le Président de la République a annoncé qu'une liaison hebdomadaire à destination de Pointe-à-Pitre et de Fort-de-France serait assurée par Air France KLM à partir de novembre 2011.

**Votre rapporteur salue l'engagement du Président de la République sur cette question essentielle pour le tourisme antillais.**

---

<sup>1</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>2</sup> Rapport d'enquête sur l'optimisation de la desserte aérienne des départements d'outre-mer, Inspection générale de l'administration, Inspection générale des finances, Conseil général des Ponts et chaussées, mai 2006, p. 14.

<sup>3</sup> Cf. proposition n° 23 : « donner au tourisme les moyens de son développement ».



Pour autant, il rappelle que plusieurs expériences de desserte depuis Roissy ont été effectuées par Air France KLM au cours des dernières années :

– entre 1999 et 2001 avec quatre fréquences hebdomadaires sur les deux destinations ;

– entre 2003 et 2005 avec deux vols hebdomadaires.

Air France KLM estime que ces tentatives se sont soldées par des échecs : « *le coefficient de remplissage a toujours été inférieur de 8 à 10 points à celui réalisé au départ d'Orly et n'a jamais atteint le coefficient d'équilibre* »<sup>1</sup>.

**Les modalités de l'expérimentation qui aura lieu à partir de novembre 2011 sont donc essentielles pour assurer sa réussite.** Comme l'a souligné M. Alain Bièvre, directeur général de l'aéroport Pôle Caraïbes, l'impact de cette expérimentation dépend, entre autres, des horaires choisis.

Pour l'heure, seul un vol par semaine est prévu : cela n'est clairement pas suffisant, notamment parce que cela ne permet pas une véritable souplesse du *package* pour le touriste.

**Votre rapporteur espère donc que le Gouvernement mettra tout en œuvre afin que cette expérimentation soit un succès.**

Pour autant, si la desserte aérienne depuis Roissy est un outil indispensable, votre rapporteur estime que **d'autres pistes pourraient être explorées.**

Plusieurs personnalités auditionnées par votre rapporteur ont en effet estimé – position que votre rapporteur sait ne pas être unanimement partagée – que le fait que la compagnie Air Austral desservait l'île de La Réunion depuis Roissy n'avait pas permis un afflux de clients européens.

D'autres pistes pourraient être envisagées afin de développer le marché européen, comme l'a souligné M. Serge Tsygalnitsky, directeur général d'Air Caraïbes, lors de son audition :

– il pourrait être ainsi envisagé d'inciter certaines compagnies aériennes européennes à desservir l'aéroport d'Orly, ce qui permettrait d'assurer des connexions vers les Antilles ;

– pourraient également être mis en place des charters à partir de certains pays européens. Un exemple évoqué par plusieurs personnalités rencontrées par votre rapporteur paraît particulièrement intéressant : un tour opérateur suédois, Langley, a acheté l'hôtel Fort-Royal de Deshaies en Guadeloupe. Parallèlement, la compagnie Air Caraïbes assure désormais un vol hebdomadaire depuis Stockholm.

---

<sup>1</sup> Réponse d'Air France KLM au questionnaire transmis par votre rapporteur.

Enfin, **si la question de la desserte aérienne est essentielle, elle ne réglera clairement pas l'ensemble des difficultés du tourisme antillais.**

Votre rapporteur note, par exemple, que l'augmentation au cours des dernières années du nombre de vols assurés par Air France à destination des Antilles n'a pas conduit à une augmentation du trafic touristique, comme l'a souligné lors de son audition M. Alain Malka, directeur général Caraïbes et Océan Indien d'Air France KLM. Mme Cécile Felzines le notait déjà en 2007 : *« les accroissements de capacité n'auraient pas profité à une augmentation d'arrivée de touristes (...) 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 »*<sup>1</sup>.

**La desserte aérienne depuis Roissy n'aura par ailleurs aucun impact si, parallèlement, une véritable stratégie touristique n'est pas définie par les acteurs locaux.** Comme l'a souligné M. Virgile Irep, directeur des affaires culturelles et du patrimoine de la commune de Sainte-Rose en Martinique, lors de son audition, la desserte aérienne ne règle en rien la question de l'offre : les touristes ne viendront dans les Antilles que si le produit touristique est à la hauteur.

La ministre de l'outre-mer le reconnaît elle-même : l'optimisation de la desserte aérienne *« ne pourra prendre tout son sens que dans le cadre d'une vision et d'un projet commun de développement touristique entre l'ensemble des acteurs du tourisme antillais dont la mise en place de contrats de destination en sera le résultat concret »*<sup>2</sup>.

**Recommandation n° 3 : mettre tout en œuvre pour que l'expérience de desserte des Antilles depuis Roissy soit concluante, sans pour autant négliger d'autres pistes.**

*b) Les Antilles doivent cesser de tourner le dos à l'Amérique du Nord*

**L'ouverture des Antilles aux marchés européens occulte trop souvent, aux yeux de votre rapporteur, la question de l'ouverture des deux départements antillais aux marchés nord-américains.**

Il est en effet stupéfiant que **les touristes nord-américains**, tant canadiens qu'américains, soient **si peu nombreux en Guadeloupe et en Martinique**. Comme l'indique M. Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État au tourisme, *« cette situation est très atypique dans la zone Caraïbe où*

---

<sup>1</sup> « Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français », *Ibid.*, p. 35.

<sup>2</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

*l'Amérique du Nord est le principal marché (45 % des flux touristiques en République Dominicaine et 62 % à San Marteen) »<sup>1</sup>.*

Alors qu'au cours de la décennie 1975-1985, la Guadeloupe accueillait plus de touristes américains (35 %) que de métropolitains (30 %), grâce à des vols directs et réguliers effectués par des compagnies aériennes américaines telles Panam ou American Airlines, aucun gros porteur américain n'effectue plus aujourd'hui de liaisons directes vers la Guadeloupe, comme le souligne la ministre de l'outre-mer<sup>2</sup>. M. Miguel Laventure notait dès 1997 que le marché nord-américain s'était effondré au cours des dix années précédentes, passant de près de 20 % du marché à 5 à 7 %<sup>3</sup>.

**Comment expliquer cette fuite ?** Plusieurs raisons peuvent être invoquées, au premier rang desquelles **l'insécurité sociale**.

Comme l'a indiqué M. Serge Tsygalnitzky, directeur général d'Air Caraïbes, lors de son audition par votre rapporteur, les tensions sociales récurrentes dans les deux départements antillais expliquent en partie que ces territoires attirent dix fois moins de touristes américains que Saint-Martin.

Les tensions sociales récurrentes – et parfois brutales – sont également à l'origine du **départ des compagnies aériennes américaines**, élément qui contribue également au faible nombre de touristes américains en Guadeloupe et en Martinique.

Comme l'a indiqué Mme Stéphanie Bessière, « *outré Cuba et les îles n'ayant que des aéroports régionaux comme Saint-Barthélemy, la Martinique et la Guadeloupe sont les deux seules îles de la Caraïbe à ne pas ou ne plus avoir de liaisons directes avec les États-Unis* »<sup>4</sup>. Les Antilles françaises tournent donc aujourd'hui le dos à l'Amérique du Nord.

**Les deux départements disposent pourtant d'atouts réels pour attirer les touristes nord-américains.** Mme Jeannie Verger, responsable de l'antenne d'American Airlines en Guadeloupe, l'a confirmé lors de son audition.

Votre rapporteur est d'autant plus conscient de ces atouts que l'île de Saint-Barthélemy attire de nombreux touristes nord-américains en s'appuyant sur certains d'entre eux :

– la proximité : les Antilles françaises sont ainsi situées à 4 heures d'avion de New York ;

---

<sup>1</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>2</sup> Cf. contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>3</sup> « *Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 5.

<sup>4</sup> « *Le tourisme des Antilles françaises. Le défi de la concurrence caribéenne* », *Ibid.*, p. 163.

– la sécurité, sous tous ses aspects : M. Patrick-Olivier Picourt, président de la Compagnie financière Saint-Thomas, a estimé, lors de son audition par votre rapporteur, que la question sécuritaire serait un atout important pour les Antilles françaises au cours des prochaines années, notamment du fait des difficultés rencontrées en la matière par les destinations concurrentes de la zone caribéenne. Comme l’ont souligné également de nombreux interlocuteurs de votre rapporteur, la Martinique et la Guadeloupe peuvent bénéficier de la qualité de leurs infrastructures sanitaires ;

– la « *french touch* » : les personnalités rencontrées par votre rapporteur lors de son déplacement à Saint-Barthélemy ont souligné que l’attrait de l’île pour les touristes américains était lié au fait qu’elle constituait « *la France à portée de main* ».

Pour autant, il convient de rappeler que **les touristes nord-américains sont particulièrement exigeants** : les deux départements antillais ne pourront donc les attirer – et les fidéliser – qu’en jouant sur la qualité et, donc en mettant à niveau les infrastructures hôtelières, en assurant une vie nocturne sécurisée ou en menant des actions en matière de formation du personnel aux langues étrangères. Notre collègue Daniel Marsin a ainsi estimé, lors de son audition par votre rapporteur, que la Guadeloupe n’était pas, pour l’heure et du fait de la barrière linguistique, prête à accueillir une clientèle américaine.

**Afin de développer le marché nord-américain, la question de la desserte est essentielle.** Votre rapporteur se réjouit donc qu’Air France KLM réfléchisse aujourd’hui, en lien avec Atout France, au développement de la liaison Antilles-États-Unis, ainsi qu’au développement des liaisons avec le Canada, comme l’a indiqué lors de son audition M. Alain Malka, directeur général Caraïbes et Océan Indien du groupe.

**Des initiatives doivent être prises par ailleurs afin d’inciter les compagnies aériennes américaines à desservir de nouveau les Antilles françaises.**

Lors de son audition par votre rapporteur, M. Yan Monplaisir, président du groupe Monplaisir, a avancé l’idée qu’une taxe sur les billets d’avion Paris-Antilles vienne financer la mise en place d’une ligne desservant les États-Unis. Cette idée ne convainc guère votre rapporteur.

Votre rapporteur n’est, par contre, pas opposé à l’arrivée sur le sol antillais des compagnies *low cost* nord-américaines, telles que Jet Blue, qui dispose de son propre terminal à New York, qui lui permet de desservir toute l’Amérique du Nord, ou de Westjet au Canada.

**Recommandation n° 4 : prendre des initiatives afin d'attirer les touristes nord-américains, notamment en incitant les compagnies aériennes américaines à desservir les Antilles.**

Au-delà de la nécessité d'ouvrir la Martinique et de la Guadeloupe sur les marchés européens et sur l'Amérique du Nord, votre rapporteur relève que certains marchés sont aujourd'hui particulièrement porteurs, comme l'ont souligné les personnalités rencontrées lors de son déplacement à Saint-Barthélemy : ont ainsi été évoquées l'Amérique latine (et notamment le Brésil) et la Russie. Votre rapporteur souligne que ces **nouveaux marchés ne devront pas être négligés.**

#### **4. Le dispositif de défiscalisation n'est pas adapté à l'hôtellerie**

**La défiscalisation a permis un développement important du parc hôtelier antillais.**

Comme le relevait ainsi M. Miguel Laventure en 1997 à propos de la Guadeloupe, « *la (...) « loi Pons » a permis d'accroître fortement le parc hôtelier qui a augmenté de 92 % entre 1986 et 1995* »<sup>1</sup>. **L'ensemble des personnes rencontrées par votre rapporteur dans les deux départements antillais, et notamment les socioprofessionnels, ont souligné l'utilité de la défiscalisation.**

Pour autant, votre rapporteur ne peut que relever que **la défiscalisation a eu des effets pervers importants dans l'hôtellerie**, à l'exemple des « ventes à la découpe » de structures hôtelières, évoquées par Mme Cécile Felzines dans son rapport de 2007, par M. Jean-Paul Octave ou encore par notre collègue Serge Larcher, lors de leur audition par votre rapporteur.

Comme l'indiquait un rapport de 2006 sur l'impact de la défiscalisation, « **les résultats dans l'hôtellerie sont contrastés** »<sup>2</sup>.

Ce constat a été confirmé par le récent rapport d'une mission d'assistance à la Polynésie française, qui s'est intéressée à l'impact de la défiscalisation locale dans l'hôtellerie.

---

<sup>1</sup> « *Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 26.

<sup>2</sup> *Rapport sur l'évaluation de l'impact socio-économique du dispositif de défiscalisation des investissements outre-mer, Inspection générale des Finances, Inspection générale de l'administration, juillet 2006, p. 2.*

Ce rapport met en évidence que « *la défiscalisation permet de baisser le prix d'une chambre d'hôtel (...) de 9,6 à 13 %, en supposant que l'impact de la défiscalisation soit entièrement répercuté sur le coût de production de la chambre, sans effet de marge. Mais la demande est faiblement sensible à cette baisse du prix de la chambre puisque celle-ci n'induit que 5 % de nuitées supplémentaires.* ». En conclusion, la mission a estimé que « *la défiscalisation locale ne paraît pas pouvoir être considérée comme un instrument efficace de développement du secteur hôtelier* »<sup>1</sup>.

**Votre rapporteur est conscient depuis longtemps des effets pervers de la défiscalisation et n'en est donc pas un défenseur acharné.**

Il partage le point de vue exprimé lors de son audition par M. Bruno Magras, président de la collectivité de Saint-Barthélemy : la défiscalisation est une forme de subvention et ne peut que déstabiliser l'économie réelle.

**Votre rapporteur est partisan d'une « défiscalisation choisie »** : il a ainsi été à l'origine, avec notre collègue Jean Arthuis, président de la commission des finances de notre Haute assemblée, de l'article 41 de la loi pour le développement économique des outre-mer (LODEOM) qui permet à l'assemblée territoriale de Wallis-Et-Futuna, au conseil général de Mayotte, aux conseils territoriaux de Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy et Saint-Martin, au congrès de la Nouvelle-Calédonie et à l'assemblée de la Polynésie française d'exclure certains secteurs d'activité du bénéfice de la défiscalisation.

**Votre rapporteur considère en effet que la défiscalisation n'a pas été conçue comme un outil de développement durable du tourisme.**

Cette analyse est aujourd'hui assez largement partagée. Comme l'indiquait ainsi Mme Cécile Felzines dans son rapport de 2007, les investisseurs « *n'ont aucune attache dans les DOM et souhaitent absolument vendre leurs investissements hôteliers à l'issue de la période de défiscalisation* »<sup>2</sup>. Elle relevait, par ailleurs, que la défiscalisation n'avait pas permis de voir « *émerger des professionnels locaux de l'hôtellerie mais plutôt des investisseurs* »<sup>3</sup>.

Lors de son audition par votre rapporteur, Mme Marie-Luce Penchard, ministre de l'outre-mer, a souligné qu'aujourd'hui, « *on fait de la défiscalisation pour la défiscalisation* », estimant indispensable de lier davantage le gestionnaire et les investisseurs.

Votre rapporteur partage totalement le point de vue exprimé par la ministre : **il est indispensable de faire de la défiscalisation, aujourd'hui un**

---

<sup>1</sup> *Mission d'assistance à la Polynésie française, Inspection générale des finances, Inspection générale de l'administration, Inspection générale des affaires sociales, septembre 2010, Tome 1, Annexe II, p. 12.*

<sup>2</sup> « *Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 31.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 46.

**simple placement financier, un véritable outil de développement économique durable dans le domaine touristique.**

Afin d'atteindre cet objectif, certaines propositions formulées en 2006 par le rapport sur l'impact de la défiscalisation demeurent d'actualité.

La recommandation n° 6 visait ainsi à supprimer les effets d'aubaine de certains investissements, notamment en **allongeant de 5 à 8 ou 10 ans la durée d'exploitation en outre-mer de certains biens défiscalisés** : en effet, dans le domaine de l'hôtellerie, *« l'allongement du délai de détention – qui pourrait être porté à 10 ou 15 ans – devrait permettre de mieux s'assurer que les projets d'hôtel à défiscaliser sont viables de manière à éviter la fermeture de l'hôtel et sa transformation en résidence »*<sup>1</sup>.

**Votre rapporteur estime que cet allongement pourrait permettre de resserrer le lien existant entre le gestionnaire et les investisseurs et de voir émerger une véritable « défiscalisation de projet ».**

La recommandation n° 15 du rapport précité pourrait utilement être analysée plus précisément : il s'agit d'encourager les responsables locaux à définir et hiérarchiser leurs priorités et à élaborer des plans d'orientation stratégiques pour rendre plus efficace la défiscalisation des investissements. Les auteurs du rapport s'interrogeaient : *« ne faudrait-il pas aussi réfléchir, pour certains secteurs au moins, à conditionner la défiscalisation à l'existence d'un plan de développement sectoriel ? Appliqué à la rénovation hôtelière par exemple, un tel schéma pourrait permettre de retenir, en vue de leur rénovation, les projets qui présentent des potentialités et de pousser à la reconversion, moyennant des montages défiscalisés, ceux qui sont mal situés pour une exploitation touristique (...) ? »*<sup>2</sup>.

**Votre rapporteur estime que ces propositions constituent des pistes afin de limiter les effets pervers de la défiscalisation.**

Par ailleurs, votre rapporteur estime que **la défiscalisation doit désormais s'appliquer, en matière d'hôtellerie, uniquement à la rénovation des hôtels existants.**

La priorité n'est pas aujourd'hui de construire de nouveaux établissements mais d'assurer une mise à niveau du parc hôtelier. Comme indiqué précédemment, ce dernier n'est en effet pas au niveau des normes internationales, comme votre rapporteur a pu lui-même le constater à plusieurs reprises : cela concerne autant les dimensions des chambres, des lits que, par exemple, la présence de certains services, comme les salles de sport ou les spa.

---

<sup>1</sup> Rapport sur l'évaluation de l'impact socio-économique du dispositif de défiscalisation des investissements outre-mer, *Ibid.*, p. 50.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 58.

Atout France partage ce point de vue, soulignant qu'en Martinique par exemple, « *l'hôtellerie balnéaire (...) n'offre plus le confort et les services attendus par une clientèle qui trouve dans les îles concurrentes voisines, une offre plus conforme à ses attentes et moins chère* » et que « *la rénovation de ces structures d'hébergement apparaît donc comme une priorité* »<sup>1</sup>. Dès 2007, Mme Cécile Felzines estimait nécessaire que la défiscalisation vienne soutenir en priorité la rénovation hôtelière<sup>2</sup>.

**Pour autant, il est clair que la défiscalisation ne suffira pas, à elle seule, à faire venir les touristes.** La stratégie touristique et la définition du produit touristique par chacune de ces destinations, évoquées précédemment restent indispensables. Comme l'indiquait en effet le rapport de 2006 précité, « *[la] politique [de développement touristique] se cherche encore dans les départements français d'Amérique, notamment aux Antilles. La défiscalisation ne saurait compenser ce manque* »<sup>3</sup>.

**Recommandation n° 5 : ajuster le dispositif de défiscalisation pour l'hôtellerie afin d'aboutir à une « défiscalisation de projet » et de permettre la mise à niveau des établissements hôteliers.**

## **5. Des réponses à trouver à l'enjeu majeur de la saisonnalité**

**La saisonnalité du tourisme antillais est revenue, comme un « fil rouge », au cours du déplacement de votre rapporteur dans les deux départements antillais.** Il s'agit, aux yeux des socio professionnels antillais, d'un des principaux handicaps du secteur.

Le tourisme antillais est en effet **concentré sur une période allant du mois de décembre au mois d'avril.**

Les socio professionnels notent que, si les hôtels ne sont donc remplis qu'une partie de l'année, les employeurs paient des salaires sur douze mois. Face à cette situation, votre rapporteur estime que **le recours aux emplois saisonniers ainsi que l'annualisation du temps de travail du personnel hôtelier ne doivent pas être des questions taboues.** Comme le soulignait lors de son audition M. Jean-Paul Octave, président du GIHDOM, les départements antillais sont, dans ce domaine, très handicapés par rapport aux autres îles de

---

<sup>1</sup> « *Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination* », *Ibid.*, p. 62.

<sup>2</sup> Cf. « *Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 46.

<sup>3</sup> *Rapport sur l'évaluation de l'impact socio-économique du dispositif de défiscalisation des investissements outre-mer*, *Ibid.*, p. 35.



la Caraïbe : à Sainte-Lucie par exemple, le niveau d'effectifs varie selon le taux d'occupation.

Tant le recours aux emplois saisonniers que l'annualisation du temps de travail imposent parallèlement une action en matière de formation, afin d'assurer la polyvalence des employés de ce secteur.

**Au-delà de ces réponses conjoncturelles, votre rapporteur estime que les acteurs locaux doivent prendre des initiatives afin de « désaisonnaliser » le tourisme**, ceci en diversifiant les produits et les clientèles, comme l'a souligné lors de son audition M. Michel Cazaubon, chef du bureau des destinations touristiques outre-mer à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS).

**Plusieurs pistes ont été évoquées** au cours des travaux de votre rapporteur **et mériteraient d'être approfondies** par les acteurs locaux et prises en compte dans leur stratégie touristique.

**Piste la plus intéressante : la clientèle *senior***, évoquée par de nombreuses personnalités rencontrées par votre rapporteur, notamment en Martinique. Cette clientèle présente l'avantage d'être disponible hors saison et de disposer de temps et d'argent.

Les deux départements antillais disposent d'un atout essentiel pour attirer cette clientèle : la qualité de leurs infrastructures sanitaires. Comme le relève Mme Stéphanie Bessière, « *Martinique et Guadeloupe peuvent se vanter d'avoir des infrastructures (...) hospitalières parmi les meilleures de la Caraïbe* »<sup>1</sup>. Lors de son audition par votre rapporteur, notre collègue Claude Lise, alors président du conseil général de la Martinique, a ainsi relevé que les bateaux de croisière américains font en sorte de ne jamais être situés trop loin du centre hospitalier de Fort-de-France. Par ailleurs, du fait du vieillissement important de sa population, la Martinique devrait voir se développer les services à la personne, ce qui devrait constituer un atout supplémentaire.

**Deuxième piste : une politique événementielle ambitieuse.** Les événements (festivals, événements sportifs) permettent en effet de « désaisonnaliser » le tourisme.

L'exemple de la « route du Rhum », course qui relie tous les quatre ans Saint-Malo à Pointe-à-Pitre, est de ce point de vue particulièrement intéressant : d'après les données de la Chambre de commerce et d'industrie de la Guadeloupe, l'impact de cet événement est très positif. Il a attiré, en novembre 2010, 4 200 et 6 600 clients supplémentaires dans les hôtels et 1 500 à 2 300 clients supplémentaires dans les structures para-hôtelières<sup>2</sup>. La « route du Rhum » a ainsi permis d'anticiper le début de la saison touristique.

---

<sup>1</sup> « *Le tourisme des Antilles françaises. Le défi de la concurrence caribéenne* », *Ibid.*, p. 295.

<sup>2</sup> « *6 000 touristes en novembre : l'effet route du Rhum* », *France Antilles Guadeloupe*, 9 février 2011.

D'autres pistes méritent d'être relevées :

– le tourisme d'affaires et de congrès : lors de son audition par votre rapporteur, M. Patrick-Olivier Picourt, président de la compagnie financière Saint-Thomas, a souligné que Fort-de-France disposait d'atouts afin de développer ce type de tourisme ;

– le tourisme inter-DOM, c'est-à-dire entre Guadeloupe et Martinique ou en provenance de Guyane.

**Votre rapporteur estime que l'objectif doit donc être de faire du handicap que constitue aujourd'hui la saisonnalité un atout pour ces destinations, en créant deux saisons** caractérisées par des types de tourisme adaptés.

Dans tous les cas, **la stratégie touristique définie par les acteurs locaux doit donc comprendre des éléments permettant de lisser la saisonnalité du tourisme.**

**Recommandation n° 6 : prendre des initiatives visant à diversifier les produits touristiques et les clientèles afin d'atténuer l'effet de saisonnalité.**

## **6. Un déficit d'accueil et de formation**

**La qualité de l'accueil et de la formation dans le secteur touristique a été évoquée de façon récurrente par les différentes personnalités rencontrées par votre rapporteur**, notamment par les socioprofessionnels.

Comme l'indiquait en 2007 Mme Cécile Felzines, « *la qualité de services continue à être jugée souvent médiocre par la clientèle par rapport aux destinations concurrentes* »<sup>1</sup>. La situation ne s'est que peu améliorée depuis.

Votre rapporteur salue la proposition du Président de la République, formulée lors de son déplacement de janvier 2011 qui vise à prévoir que l'État assure la formation professionnelle des employés des hôtels quand ces derniers sont fermés pour des travaux de rénovation.

Lors de son audition par votre rapporteur, M. Frédéric Lefebvre, secrétaire d'État chargé du tourisme, a également annoncé qu'un partenariat avec certaines grandes écoles, comme le lycée des métiers de l'hôtellerie Jean-

---

<sup>1</sup> « *Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 50.

Drouant (anciennement « école Médéric »), était à l'étude : cette proposition va également dans le bon sens.

**Votre rapporteur estime qu'un enjeu crucial est la maîtrise des langues étrangères dans le secteur du tourisme.** Cette question constitue une problématique encore plus importante si ces destinations souhaitent s'ouvrir aux marchés européens et nord-américains.

Des progrès ont été réalisés en la matière au cours des dernières années, mais des marges de progression très importantes demeurent.

En conséquence,  **votre rapporteur recommande que l'ensemble des acteurs** (collectivités territoriales, ministère de l'Éducation nationale, socio professionnels...)  **se mobilisent et lancent un grand plan de formation**, orienté sur les langues étrangères visant notamment à :

– renforcer le nombre d'heures d'enseignement des langues étrangères dans les écoles, les collèges et les lycées de ces deux départements, comme évoqué précédemment ;

– lancer un plan de formation aux langues étrangères pour les salariés du secteur touristique ;

– favoriser l'immersion des salariés du secteur hôtelier dans d'autres pays d'Amérique du Nord ou de la Caraïbe, ceci afin de leur permettre d'acquérir une expérience internationale.

**Recommandation n° 7 : lancer un grand plan de formation des salariés du secteur du tourisme antillais.**

## **7. La croisière, piste d'avenir pour les Antilles**

**La croisière a aujourd'hui le « vent en poupe » dans le monde et dans la zone caribéenne.**

Au niveau mondial, le nombre de personnes ayant réalisé une croisière a ainsi progressé, entre 2005 et 2009, de 14 à 17 millions, dont environ 10 millions de citoyens américains<sup>1</sup>.

**La Caraïbe a vu le nombre de passagers de croisière plus que doubler au cours des 20 dernières années**, pour passer de 8,54 millions en 1991 à 19,64 millions en 2004<sup>2</sup>. Comme le souligne Mme Stéphanie Bessière,

---

<sup>1</sup> Atout France, *Étude de marché de la croisière dans les bassins des Caraïbes, de l'Océan Indien, du Pacifique Sud et de l'Atlantique Nord, Lot 1 : Étude de marché*, p. 9 et 23.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 62.

la Caraïbe représente la moitié du marché mondial et **constitue la première destination croisière au monde**<sup>1</sup>, profitant notamment du fait que les compagnies peuvent y travailler toute l'année.

**La croisière**, qui pourrait donc constituer une autre solution à la saisonnalité du tourisme antillais, **est cependant en pleine déliquescence dans les deux départements antillais.**

**Alors que la croisière est en plein essor en France**<sup>2</sup>, ce type de tourisme est en net recul pour ces deux îles : la Guadeloupe a perdu 55 % de passagers entre 2000 et 2009, tandis que la Martinique en a perdu 75 %<sup>3</sup> !

Comme le souligne Atout France, la Guadeloupe et la Martinique « ont joué un rôle beaucoup plus important sur le marché de croisière dans les Caraïbes qu'actuellement »<sup>4</sup>. En 1991, ces deux destinations représentaient un flux de 699 000 passagers, soit 8,2 % du total de la région. En 1996, elles ont atteint un niveau record, avec 998 000 croisiéristes, soit 9,3 % du total régional. En 2009, avec seulement 185 000 visites, elles ne représentent plus que 1 % du total de la région.

**Comment expliquer cet effondrement** de la croisière dans ces deux départements ? Plusieurs éléments paraissent expliquer cette évolution :

– **le peu d'adhésion de la population à la croisière** : selon Atout France, il y « persiste un sentiment latent « on n'en pas besoin pour vivre alors pourquoi investir et s'investir dans ce secteur » »<sup>5</sup> ;

– **la situation sociale** car « le manque de visibilité quant à la stabilité sociale est pour les compagnies maritimes un élément d'incompréhension mais surtout un élément de risque pour elles alors que les programmes se construisent et se vendent quasiment deux années à l'avance. Aucune garantie ne pouvant être donnée par les acteurs locaux publics ou privés quant à l'environnement social général de l'île, ce facteur pèse sur la vision qu'ont les compagnies de la destination, malgré tous les efforts réalisés par chacun des acteurs et la qualité reconnue de l'offre en général »<sup>6</sup>. Cette situation sociale **pèse notamment sur le développement de la croisière basée** : ce type de croisière a des retombées économiques importantes pour les territoires concernés (arrivée par avion, avitaillement...) mais impose une grande stabilité sociale tout comme, par exemple, une gestion efficace des déchets ;

---

<sup>1</sup> Cf., « Le tourisme des Antilles françaises. Le défi de la concurrence caribéenne », p. 199.

<sup>2</sup> Cf. « Essor prometteur des croisières en France », Conseil national du tourisme, 2010.

<sup>3</sup> Ibid., p. 68.

<sup>4</sup> Atout France, Ibid., p. 65.

<sup>5</sup> Atout France, Étude de marché de la croisière dans les bassins des Caraïbes, de l'Océan Indien, du Pacifique Sud et de l'Atlantique Nord, Lot 2 : Rapport final, p. 3.

<sup>6</sup> Ibid., p. 53.

– au-delà de la situation sociale, **l’offre dans les villes de débarquement est déficiente** : le Conseil national du tourisme estime ainsi que la « *profonde et rapide désaffection des américains pour les îles françaises de cette zone (...) contrairement à une idée simpliste, ne résulte pas des 38 jours de grève de février-mars 2009, qui ont certes entraîné des annulations d’escales (...) et nuit à l’image de nos îles, mais n’ont pas provoqué de départs d’armateurs* »<sup>1</sup>, au contraire, par exemple, de l’appauvrissement du contenu de l’offre d’excursion.

**Votre rapporteur reconnaît que les acteurs locaux ont pris des initiatives afin de développer le tourisme de croisière, mais ces initiatives paraissent très insuffisantes.**

Il est ainsi indispensable que les villes de débarquement développent de vrais projets d’accueil des croisiéristes et offrent à ces derniers :

- un choix d’excursions variées et originales ;
- des animations, avec notamment des commerces nombreux et variés, jouant sur l’image de la qualité française.

Ce n’est pas le cas pour l’heure car, comme le juge la compagnie de croisière Seabourn, « *en général les ports de croisière français ont un potentiel pour attirer les navires de croisière et offrir un produit bien meilleur et excellent qu’ils ne le font actuellement. Pendant que l’infrastructure est améliorée dans beaucoup de ports, c’est beaucoup plus le manque d’une destination sympathique et d’accueil aux croisiéristes qui fait défaut* »<sup>2</sup>. De même, les ports de débarquement sont loin d’être à la hauteur, à l’exemple de Pointe-à-Pitre, qui constitue une « *ville peu attractive au niveau touristique* »<sup>3</sup>.

**Votre rapporteur relève par ailleurs qu’existe dans chaque département antillais un projet intéressant, pouvant contribuer à la relance de l’activité de croisière :**

– **en Martinique**, le projet, porté par le conseil régional, à **Saint-Pierre**, visant à faire de ce site un pôle touristique de premier ordre. Ce projet nécessite des investissements préalables, notamment afin de régler la question épineuse du transit des poids lourds par le centre-ville ;

– **en Guadeloupe**, le **projet de Basse Terre** : la ville dispose de nombreux atouts pour le développement de la croisière. Elle est en effet située au cœur du Parc national, proche de nombreux sites naturels et culturels et elle offrira donc aux croisiéristes de nombreuses possibilités d’excursion. Ce projet figure d’ailleurs parmi les mesures spécifiques à la Guadeloupe annoncées lors du Conseil interministériel de l’outre-mer (CIOM) : le CIOM a

---

<sup>1</sup> « *Essor prometteur des croisières en France* », p. 67.

<sup>2</sup> *Atout France, Ibid, Lot 1 : Étude de marché*, p. 158.

<sup>3</sup> *Atout France, Ibid., Lot 2 : Rapport final*, p. 61.

ainsi appelé à « *faciliter le développement de la vocation croisiériste du port de Basse-Terre* », cette ville semblant « *la mieux placée pour démarrer rapidement et mettre en place les conditions d'accueil et les services nécessaires* ».

**Votre rapporteur estime que ces projets doivent être soutenus par l'ensemble des acteurs locaux et nationaux, ceci afin de relancer le secteur de la croisière.**

**Recommandation n° 8 : relancer la croisière dans les Antilles, notamment en soutenant les projets à Basse-Terre et à Saint-Pierre.**

## **II. L'ENVIRONNEMENT, UN ATOUT POUR RELANCER LE TOURISME ANTILLAIS**

De nombreuses personnalités entendues lors de ses travaux par votre rapporteur ont estimé que **l'environnement doit constituer à l'avenir un volet essentiel du développement touristique des Antilles.**

M. Alain Vienney, délégué général de la Fédération des entreprises d'outre-mer (FEDOM), a ainsi souligné lors de son audition que l'environnement était une des dimensions essentielles de la sortie de la crise du tourisme antillais. Mme Josette Borel-Lancertin, présidente du comité du tourisme des îles de la Guadeloupe (CTIG), a souligné que l'environnement était un volet central du développement touristique de l'archipel guadeloupéen.

Mme Cécile Felzines notait déjà dans son rapport de 2007, reprenant les termes de M. Miguel Laventure<sup>1</sup>, que « *l'environnement est la matière première du tourisme dans ces collectivités* »<sup>2</sup>.

Ce constat est lié à **la montée en puissance du « tourisme durable » au niveau international.**

Dès 1995 a été adoptée à Lanzarote la Charte du tourisme durable qui affirme que « *le développement du tourisme doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable sur le plan écologique, viable sur le plan économique, équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales* ».

Dans son rapport de 1996, M. Miguel Laventure notait que « *conçu dans la perspective d'un développement économique, en raison notamment de*

---

<sup>1</sup> Cf. « *Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 4.

<sup>2</sup> « *Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 39.

*ses effets d'entraînement sur les autres secteurs, le tourisme doit être source de progrès social solidaire pour les populations des pays visités, et ne peut s'envisager qu'en termes de développement durable »<sup>1</sup>.*

Comme l'indique Atout France, « *le tourisme durable doit maximiser ses apports positifs en matières économiques, sociales, culturelles et environnementales, tout en minimisant ses impacts négatifs* »<sup>2</sup>. La volonté de mettre en place un véritable tourisme durable **doit conduire à « une stratégie de la filière tourisme cohérente avec les stratégies nationales de développement durable »**<sup>3</sup>. Le tourisme durable ne constitue **pas « un marché de niche mais bien (...) l'évolution d'un secteur »**<sup>4</sup>.

Votre rapporteur partage ce dernier point de vue : **il ne s'agit pas aujourd'hui simplement de développer un « tourisme vert » mais bien de prendre en compte la dimension environnementale dans l'ensemble de la politique touristique.**

Par ailleurs, de nombreux interlocuteurs rencontrés par votre rapporteur ont souligné que **la clientèle touristique est désormais particulièrement sensible au volet environnemental du tourisme.**

Les représentants des associations de protection de l'environnement (France nature environnement et Ligue de protection des oiseaux) ont ainsi souligné que les touristes sont de plus en plus sensibles à l'accès à la richesse naturelle. M. Olivier Besnard, directeur général de Corsairfly, a quant à lui estimé que si le tourisme balnéaire demeurait le produit d'appel et que le tourisme vert n'était pas encore déterminant pour le choix d'une destination, les touristes sont aujourd'hui sensibles au tourisme vert et à l'environnement.

Mme Stéphanie Bessière note, quant à elle, que « *les touristes regardent toujours en premier lieu la qualité du produit d'hébergement. Toutefois, ils ont de plus en plus tendance à choisir des destinations qui proposent en plus des espaces naturels protégés et des paysages préservés* »<sup>5</sup>.

Atout France le confirme en relevant de « *nouvelles aspirations de clientèles sensibles au tourisme durable et correspondant à la demande croissante d'authenticité* »<sup>6</sup>. Ainsi, « *le patrimoine naturel, la richesse biologique, la diversité des paysages sont des facteurs non moins importants dans le choix d'une destination* »<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> « *Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 1.

<sup>2</sup> « *Tourisme et développement durable. L'expérience française* », *ODIT France*, décembre 2007, p. 2.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 2.

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 2.

<sup>5</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>6</sup> « *Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination* », *Ibid.*, p. 57.

<sup>7</sup> « *Tourisme durable dans les îles. Protéger, développer, valoriser* », *ODIT France*, p. 3.

Votre rapporteur note qu'il est **d'autant plus important que les acteurs locaux dotent la politique touristique d'un volet environnemental que cela contribuerait à répondre à certaines problématiques évoquées précédemment** :

– les touristes américains sont, pour une partie d'entre eux, particulièrement sensibles à cette dimension, comme l'a souligné lors de son audition par votre rapporteur Mme Jeanie Verger, responsable de l'antenne d'American Airlines. **L'accent mis sur le volet environnemental pourrait donc contribuer à attirer des touristes américains.** L'exemple de Saint-Barthélemy est de ce point de vue révélateur : l'île a mis en avant son environnement protégé et ses paysages préservés et attire de nombreux touristes américains ;

– comme votre rapporteur l'a souligné précédemment, **le tourisme balnéaire n'est plus aujourd'hui suffisant.** Le tourisme vert peut donc constituer un atout, comme le souligne Atout France à propos de la Guadeloupe : *« le segment balnéaire demeurera encore majoritaire et un atout dans les années à venir. Toutefois, il apparaît indispensable qu'il soit renforcé par une offre produits complémentaire autour des richesses naturelles de la destination »*<sup>1</sup>. Autrement dit, *« l'écotourisme permet de prendre la mesure d'une autre dimension de la Caraïbe, au-delà des « 4 S » »*<sup>2</sup>.

- le tourisme vert peut constituer une « niche » contribuant à **atténuer la saisonnalité du tourisme antillais.**

#### **A. L'AMÉLIORATION DU CADRE DE VIE, UN PRÉALABLE**

Votre rapporteur estime que **la qualité du cadre de vie est une des clés de la réussite d'une destination.**

Comme l'indique Atout France, *« la qualité du produit touristique insulaire dépasse largement la question de l'adaptation des hébergements et des équipements touristiques aux attentes des clientèles et du marché. Elle comprend également l'ensemble de la chaîne de valeur de l'offre touristique : la restauration et l'entretien de la qualité urbaine, architecturale et paysagère des espaces publics ainsi que le maintien de la qualité des ressources naturelles »*<sup>3</sup>.

S'il est indispensable que le tourisme soit intégré au cadre de vie, il est tout aussi **indispensable d'adapter le cadre de vie au tourisme.** Dans une optique de « tourisme intégré », la stratégie touristique élaborée par les acteurs

---

<sup>1</sup> « Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination », *Ibid.*, p. 46.

<sup>2</sup> « Tourisme, écotourisme et stratégies de développement dans la Caraïbe », Olivier Dehoorne, Pascal Saffache, Dominique Augier, *Études Caribéennes*, n° 6, avril 2007, p. 2

<sup>3</sup> « Tourisme durable dans les îles. Protéger, développer, valoriser », *Ibid.*, p. 30.



locaux et évoquée précédemment doit donc intégrer les problématiques telles que l'enfouissement des réseaux, la politique de l'eau ou la politique de l'air. Les règles urbanistiques, ainsi que l'entretien et la valorisation du patrimoine (habitations créoles, moulins de Marie-Galante...), sont également des éléments essentiels.

Votre rapporteur relève que **cette question est d'autant plus importante dans un contexte où le tourisme chez l'habitant se développe.**

**En matière de cadre de vie, les Antilles ont un déficit d'image important** : elles ont en effet une image d'îles sales, mal entretenues.

Ce sujet est revenu très régulièrement au cours des travaux de votre rapporteur. Mme Agnès Weil, directrice du développement durable du Club Med, a ainsi souligné lors de son audition par votre rapporteur que l'une des principales faiblesses des Antilles était la « tenue » des îles, citant les questions des déchets et des carcasses de voitures. Notre collègue Daniel Marsin a confirmé ce point de vue, évoquant également la question de la propreté des plages.

M. Patrick-Olivier Picourt, président de la compagnie financière Saint-Thomas, a quant à lui estimé qu'une véritable politique de préservation de l'espace public devait être mise en œuvre, soulignant que les Antilles restent des îles sales.

Atout France confirme le jugement des personnalités entendues par votre rapporteur, estimant euphémistiquement qu'en Guadeloupe, « *les espaces publics qui sont partagés tant par les habitants que les touristes ne donnent pas toujours une image valorisante de la destination* »<sup>1</sup>.

**Deux problématiques paraissent essentielles à votre rapporteur : la gestion des déchets et la réglementation de l'affichage publicitaire.** Il s'agit de deux « points noirs » en matière de cadre de vie, sur lesquels les acteurs locaux doivent impérativement se mobiliser.

**L'impact visuel** de la situation dans ces deux domaines **est très néfaste**, comme votre rapporteur a pu le constater lui-même lors de son déplacement, notamment en Guadeloupe :

– l'affichage publicitaire défigure la route reliant l'aéroport du Raizet à Pointe-à-Pitre et la zone hôtelière du Gosier. Comment le touriste qui arrive en Guadeloupe ne peut-il pas se sentir agressé par cette première image de ce territoire ?

– lors de son déplacement en Guadeloupe, votre rapporteur a été amené à effectuer en voiture le trajet entre Pointe-à-Pitre et Basse-Terre. Le

---

<sup>1</sup> « Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination », *Ibid.*, p. 52.

spectacle offert est saisissant : carcasses de voiture sur le bord de la route, affichage publicitaire sauvage...

• **En matière de déchets, la situation reste très médiocre**, notamment en Guadeloupe.

Lors de son audition par votre rapporteur, M. Jacques Ravailault, directeur exécutif de l'action territoriale de l'Agence pour l'environnement et la maîtrise de l'énergie (ADEME), a ainsi souligné que les déchets constituaient le « point noir » aux Antilles, estimant qu'un véritable « *rattrapage structurel* »<sup>1</sup> était nécessaire dans ce domaine.

Cette situation avait d'ailleurs été relevée dès 1997 par M. Miguel Laventure : « *il est un domaine où la situation se révèle chaque jour plus préoccupante, c'est celui de l'élimination des déchets. Si cette question revêt une certaine acuité en métropole, dans les DOM-TOM elle est aggravée par l'insularité, l'exiguïté des territoires, la poussée démographique, l'afflux touristique et l'insuffisante conscience des autorités et des populations locales* »<sup>2</sup>. Le Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement (CCEE) de la Guadeloupe estime aujourd'hui que « *c'est au niveau du cadre de vie que les efforts les plus importants doivent être effectués. Une politique touristique et environnementale viable, durable doit s'attaquer de façon urgente, opérationnelle aux problèmes des déchets, de l'entretien des paysages et des espaces en général* »<sup>3</sup>.

La situation est **particulièrement critique en Guadeloupe** alors qu'en Martinique, comme l'a souligné notre collègue Serge Larcher lors de son audition par votre rapporteur, les problèmes semblent en voie de résolution.

Quelques exemples illustrent la gravité du problème :

– les **carcasses de voitures** : selon certaines sources, entre 15 000 et 20 000 véhicules hors d'usage (VHU) seraient dispersés sur l'ensemble de l'île de la Martinique, constituant une véritable « *souillure visuelle [du] paysage* »<sup>4</sup>. Cette situation n'est pas sans conséquences sanitaires, comme cela a été évoqué au moment de l'épidémie de dengue d'août 2010, les VHU constituant des abris idéaux pour les nids de moustiques, vecteurs de la maladie ;

– des **décharges non autorisées** ont longtemps existé dans les deux départements<sup>5</sup>, comme l'a rappelé à votre rapporteur Mme Marie-Luce

---

<sup>1</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>2</sup> « *Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français* », Ibid., p. 43.

<sup>3</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>4</sup> « *Que faire de la montagne de véhicules hors d'usage ?* », France Antilles Martinique, 1<sup>er</sup> septembre 2010.

<sup>5</sup> Le non respect par la France des règles européennes en matière de traitement des déchets, illustré notamment par « *[l']existence et [le] fonctionnement de nombreuses décharges illégales*

Penchard, ministre chargé de l'outre-mer, indiquant que « *cette situation a pu causer des préjudices sur l'environnement et les paysages, qui sont des facteurs importants d'attractivité touristique de ces territoires* »<sup>1</sup>. Certaines se sont ainsi développées dans des zones naturelles avec des atteintes des eaux résiduelles sur les écosystèmes et, bien entendu, des atteintes aux paysages.

La situation est si grave en Guadeloupe que M. Jean Fabre, préfet de la région, a estimé lors de son audition par votre rapporteur que **le développement du tourisme ne sera pas possible en Guadeloupe tant qu'une solution ne serait pas trouvée au problème des déchets**, estimant que du fait de la situation en matière de déchets (ainsi qu'en raison de l'insécurité et du manque d'animation nocturne), la ville de Pointe à Pitre ne pouvait en aucun cas constituer un pôle touristique attractif.

Votre rapporteur estime que **la mobilisation de l'ensemble des acteurs locaux, tant la population que les élus locaux, est aujourd'hui indispensable**.

**La population reste en effet peu sensible à cette problématique** et, plus généralement à la nécessité d'adopter des comportements respectueux en la matière.

M. Éric Legrigeois, directeur de l'équipement, de l'aménagement et du logement (DEAL) de Martinique, a ainsi confirmé lors de son audition par votre rapporteur qu'il demeurerait nécessaire de conscientiser la population martiniquaise de l'impact négatif des déchets. Comment, par exemple, ne pas être stupéfait par le reportage diffusé par RFO au lendemain du week-end pascal, montrant les plages de Guadeloupe transformées en décharges sauvages ?

Votre rapporteur a rencontré, lors de son déplacement en Martinique, les responsables de l'association « Entreprises et environnement », qui regroupe environ 80 entreprises partageant l'objectif de sensibiliser les Martiniquais à l'importance de l'environnement. Cette association mène notamment des actions en matière de déchets, à l'exemple de l'opération « pays propre » menée en novembre 2010, au cours de laquelle chefs d'entreprise et salariés ont ramassé ensemble les ordures sur les plages. De même, elle finance des actions de communication visant à inviter la population à ne pas jeter les déchets par la fenêtre de leur véhicule.

Votre rapporteur salue les actions menées par cette association et estime qu'elles doivent être poursuivies. Il s'interroge cependant : pourquoi revient-il à une association de prendre seule les initiatives nécessaires en la matière ?

---

*et incontrôlées* » a d'ailleurs conduit à sa condamnation par la Cour de Justice des communautés européennes par un arrêt en date du 29 mars 2007.

<sup>1</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

S'il reconnaît l'importance du rôle des associations dans la vie des collectivités, il considère que leur action ne doit pas pour autant dédouaner les autorités publiques locales de leurs responsabilités.

**Les collectivités territoriales ont pris des initiatives dans ce domaine, mais ces dernières ne sont pas pour l'heure suffisantes**, ce qui explique que, lors de son audition, notre collègue Jacques Gillot ait appelé au lancement d'un véritable « plan Marshall » en matière de déchets en Guadeloupe.

L'ADEME agit au côté des collectivités territoriales : l'Agence a ainsi pour objectifs d'accompagner la conduite et le suivi des plans départementaux de gestion des déchets, de soutenir la démarche de rattrapage structurel en matière de gestion des déchets ou encore d'accroître la mobilisation des collectivités sur le recyclage et la valorisation des biodéchets<sup>1</sup>.

La ministre de l'outre-mer salue, quant à elle, les efforts faits en Martinique afin de réduire le nombre de dépôts sauvages ainsi que pour mieux organiser la collecte et mettre en place des équipements adaptés. En Guadeloupe des avancées importantes ont également été obtenues avec la fermeture des décharges non autorisées : les trois dernières décharges illégales ont été fermées au 31 décembre 2010 (Marie-Galante, Terre-de-Haut, Terre de Bas). Ces décharges avaient un impact réel sur l'environnement, la décharge de Marie-Galante étant située à proximité d'une zone de pontes des tortues, tandis que « *la décharge de Terre-de-Haut située en hauteur et très visible était citée comme impactant négativement le paysage dans les guides touristiques* »<sup>2</sup>.

Des actions restent indispensables afin de réhabiliter la décharge de la Gabarre qui est, d'après les termes mêmes du préfet de la région, la pire décharge d'Europe.

**Votre rapporteur estime donc indispensable, tant du point de vue environnemental que touristique, que les collectivités territoriales se mobilisent fortement sur cette question.**

Lors de son déplacement dans les Antilles au début du mois de janvier 2011, le Président de la République a indiqué qu'en cas de carence des collectivités territoriales dans ce domaine, l'État pourrait se substituer à elles.

Cette proposition a suscité un certain tollé dont votre rapporteur peut comprendre les raisons. Pour autant, au vu de la gravité de la situation et de ses impacts potentiels en matières sanitaire, environnementale et touristique, cette idée ne doit pas être exclue par principe.

---

<sup>1</sup> Cf. contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>2</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

● En matière d'**affichage publicitaire**, la situation est également mauvaise dans les deux départements antillais.

Votre rapporteur est particulièrement sensible à cette question : il est en effet à l'origine de l'édiction en 2003 par la collectivité de Saint-Barthélemy<sup>1</sup> d'un règlement local de publicité particulièrement strict : la quasi-totalité de l'île est ainsi aujourd'hui en situation de publicité restreinte. L'objectif n'était pas d'interdire l'affichage publicitaire mais d'en faire un outil de développement intégré et porteur d'une image de la destination.

#### LES RÈGLES APPLICABLES À SAINT-BARTHÉLEMY EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

Afin de « *préserver le charme [des] paysages et l'esthétisme architectural* »<sup>2</sup> de l'île, **des règles particulièrement strictes ont été fixées par la collectivité de Saint-Barthélemy en matière de publicité.**

La collectivité a délimité douze zones agglomérées relevant du régime local de publicité de Saint-Barthélemy et constituant une unique zone de publicité restreinte. La totalité du territoire de l'île, à l'exception de la zone industrielle, est couvert par cette zone.

Dans la zone de publicité restreinte, l'affichage publicitaire est très strictement réglementé : interdit en agglomération, il n'est autorisé pour le reste du territoire que sous certaines conditions très restrictives, comme l'illustre cet extrait d'un arrêté du président de la collectivité :

« Article 3 : Prescriptions applicables dans la zone de publicité restreinte (Z.P.R.) :

I. Les préenseignes dans la Z.P.R. :

- Les portants de préenseignes :

*Doivent être scellés au sol à 10 cm maximum du mur et démontables,*

*Sont limités à deux portants par angle de carrefour, en fonction de l'importance du carrefour,*

*Sont limités à une hauteur maximale de 1,5 mètre,*

*Sont limités à 7 flèches préenseignes par portant (la flèche attribuée à la commune y compris), celle située à la base doit être à 20 cm au moins du sol.*

- Les préenseignes :

*Ne doivent pas être posées, à l'unité ou en superposition sur les murs en pierre,*

*Ne doivent pas faire plus d'un mètre de long sur 12 cm de large,*

*Ne doivent pas comporter de nom de marque mais uniquement des noms d'établissement. Une dérogation pourra être accordée lorsque les deux noms se confondent.*

*Ne doivent pas être sous forme de drapeaux, d'oriflammes, etc.,*

*Ne doivent pas être lumineuses,*

*Ne doivent pas être sur chevalet sur la voie publique,*

<sup>1</sup> Alors simple commune de la Guadeloupe.

<sup>2</sup> Arrêté du Président de la collectivité de Saint-Barthélemy réglementant la publicité sur le territoire de la collectivité de Saint-Barthélemy, 31 juillet 2009.

*Ne doivent pas être supérieures à 6 par établissement sur tout le territoire de la commune, qu'elles soient dérogatoires ou non. S'il existe déjà 4 préenseignes dérogatoires pour un même établissement hors agglomération, il ne peut en exister que 2 supplémentaires en zone de publicité restreinte,*

*Ne doivent pas être implantées à plus de 3 km de l'établissement qu'elles signalent,*

*Ne doivent pas être plus de un par établissement à un même carrefour. »<sup>1</sup>.*

**Enfin, toute installation d'enseignes ou de préenseignes est soumise à autorisation préalable délivrée par le président de la collectivité.**

Cette politique a d'ailleurs porté ses fruits : lors de son audition par votre rapporteur, M. Jean-Marc Gréaux, président du Conseil économique, social et culturel (CESC) de Saint-Barthélemy a estimé qu'elle explique en partie la réussite de l'île en matière de tourisme et sa très bonne image.

**Les élus locaux de Guadeloupe et de Martinique doivent se fixer comme objectif d'assurer une intégration harmonieuse de l'affichage publicitaire dans le paysage** et sur les lieux de séjour des touristes, ceci afin d'éviter toute agression visuelle.

Si l'ouragan Dean avait permis en 2007 une prise de conscience sur ce sujet, comme l'a indiqué à votre rapporteur M. Éric Legrigeois, directeur de l'équipement, de l'aménagement et du logement (DEAL) de Martinique, la prolifération de panneaux publicitaires a repris.

Alors que, comme l'a relevé la ministre de l'outre-mer lors de son audition par votre rapporteur, des outils législatifs existent en la matière et sont à disposition des responsables locaux, ces derniers ne sont pas du tout sensibilisés à cette question, comme l'a relevé lors de son audition M. Bernard Hayot.

---

<sup>1</sup> *Ibid.*

### LES RÈGLES EN MATIÈRE D’AFFICHAGE PUBLICITAIRE DEPUIS LE « GRENELLE II »

Les articles 36 à 50 de la loi portant engagement national pour l’environnement<sup>1</sup> ont durci les règles applicables en matière de publicité, d’enseignes et de préenseignes, telles qu’elles figurent aux articles L. 581-7 et suivants du code de l’environnement.

Désormais, les règles applicables sont les suivantes :

- en dehors des agglomérations, toute publicité est interdite. Elle peut cependant être autorisée, par exemple, à l’intérieur de l’emprise des aéroports et des gares (article L. 581-7) ;

- à l’intérieur des agglomérations, la publicité est interdite dans certaines zones, comme les secteurs sauvegardés, les parcs naturels régionaux ou encore dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager. Seul un règlement local de publicité peut conduire à déroger à ces interdictions (article L. 581-8) ;

- dans les agglomérations, si la publicité est donc admise, elle doit cependant *« satisfaire, notamment en matière d’emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d’entretien et, pour la publicité lumineuse, d’économies d’énergie et de prévention des nuisances lumineuses »* à des prescriptions fixées par décret en Conseil d’État (article L. 581-9) ;

- l’établissement public de coopération intercommunal ou **la commune peut élaborer sur l’ensemble de son territoire un règlement local de publicité, adaptant les dispositions précédentes. Le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s’applique une réglementation plus stricte que les prescriptions nationales** (article L. 581-14) ;

- les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet, sauf s’il existe un règlement local de publicité : elles sont alors exercées par le maire (article L. 581-14-2).

Votre rapporteur estime qu’il s’agit d’**un sujet essentiel** : une prise de conscience des acteurs locaux et une action adaptée sont donc indispensables afin de lutter contre la publicité sauvage et d’encadrer davantage l’affichage publicitaire légal. Leur action dans ce domaine doit démontrer que la priorité donnée au tourisme est une réalité.

**Recommandation n° 9 : prendre des initiatives en matière de cadre de vie, par exemple en utilisant les dispositifs législatifs permettant d’encadrer et de réguler l’affichage publicitaire.**

---

<sup>1</sup> Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l’environnement.

## **B. LA RICHESSE DE LA GUADELOUPE ET DE LA MARTINIQUE EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT**

L'ensemble des personnalités rencontrées par votre rapporteur ont souligné qu'en **matière d'environnement, les deux départements antillais disposent d'atouts très importants.**

D'après Mme Stéphanie Bessièrre, « *comparativement aux autres îles de la Caraïbe, les Antilles françaises, attachées à la préservation de leur environnement naturel, sont plutôt bien placées<sup>1</sup>* ». M. Jean-Paul Octave, président du GIHDOM, l'a confirmé lors de son audition par votre rapporteur, estimant que l'environnement constituait un atout majeur des Antilles françaises, mieux loties en la matière que les îles voisines.

### **1. Les Antilles, trésor environnemental de la France**

La richesse naturelle des Antilles est telle que, comme l'ensemble de l'outre-mer, elles peuvent être considérées comme **un véritable « trésor environnemental »<sup>2</sup>**.

L'ensemble des interlocuteurs de votre rapporteur ont ainsi souligné la très grande richesse naturelle des Antilles, atout évident pour le développement touristique : « *la Martinique et la Guadeloupe peuvent se prévaloir d'un environnement particulièrement protégé permettant le développement de la filière éco-tourisme* »<sup>3</sup>. M. Miguel Laventure notait déjà en 1997 à propos de l'ensemble de l'outre-mer que « *ces destinations possèdent une nature riche et diversifiée, des paysages variés, des sites enchanteurs* »<sup>4</sup>.

D'une part, les deux départements antillais sont dotés d'une **biodiversité particulièrement riche.**

Atout France souligne ainsi la diversité des écosystèmes d'outre-mer : au total, pas moins de 3450 plantes et 380 vertébrés endémiques<sup>5</sup>. Les deux îles antillaises disposent notamment d'une grande richesse faunistique et floristique : ainsi, « *la Martinique apparaît comme l'une des îles les plus riches au point de vue de la flore arborescente autochtone* » et « *recèlerait à*

---

<sup>1</sup> « *Le tourisme des Antilles françaises. Le défi de la concurrence caribéenne* », *Ibid.*, p. 317.

<sup>2</sup> « *Les DOM. Défi pour la République, chance pour la France. 100 propositions pour fonder l'avenir* », *Rapport d'information n° 519 (2008-2009) fait au nom de la mission commune d'information sur la situation des départements d'outre-mer*, M. Éric Doligé, p. 165.

<sup>3</sup> « *Le tourisme des Antilles françaises. Le défi de la concurrence caribéenne* », *Ibid.*, p. 346.

<sup>4</sup> « *Le tourisme, facteur de développement de l'outre-mer français* », *Ibid.*, p. 3.

<sup>5</sup> « *Tourisme dans les îles. Protéger, développer, valoriser* », *Ibid.*, p. 19.



*elle seule à peu près 80 % des espèces indigènes et naturalisées de toutes les petites Antilles »<sup>1</sup>.*

En conséquence, **les sites protégés y sont très nombreux** : les services de l'État en Guadeloupe ont ainsi souligné, lors de l'audition par votre rapporteur, que du fait de la richesse de l'environnement dans ce département, un tiers de son territoire bénéficie, à un titre ou à un autre, d'une protection. Comme l'indique Mme Marie-Luce Penchard, ministre de l'outre-mer, la Guadeloupe est le territoire le plus protégé d'outre-mer<sup>2</sup>.

Atout France relève également que de nombreuses mesures de protection efficaces existent dans les deux îles pour assurer la préservation de leur patrimoine naturel. Ainsi, en Guadeloupe, *« le territoire est très fortement protégé par la superposition de diverses réglementations n'ayant pas nécessairement les mêmes objectifs même s'ils peuvent apparaître complémentaires »* :

- *Parc national de la Guadeloupe ;*
- *Conservatoire de l'espace littoral et des rivages lacustres ;*
- *la forêt domaniale du littoral ;*
- *les zones naturelles d'intérêt écologique floristique et faunistique (ZNIEFF) »<sup>3</sup>.*

La situation est semblable en Martinique où *« la richesse floristique et faunistique (...) est réglementée par la présence d'un nombre important d'outils de protection appliqués sur le territoire »* et où *« plus de la moitié de l'île est recouverte par un Parc naturel régional, reflet d'une volonté de protéger et conserver le milieu naturel »<sup>4</sup>.*

D'autre part, les deux départements sont marqués par une **grande diversité de paysages**.

Votre rapporteur souhaite souligner **la richesse de la Guadeloupe** dans ce domaine, **qui bénéficie de son caractère archipélagique**. L'ensemble des interlocuteurs guadeloupéens rencontrés par votre rapporteur ont ainsi estimé que ce dernier, qui constitue un handicap dans bien des domaines, est un grand atout pour le tourisme.

Tant les socioprofessionnels guadeloupéens que notre collègue Jacques Gillot ou la ministre de l'outre-mer ont ainsi souligné, lors de leur audition par votre rapporteur, les potentialités importantes en matière de tourisme de la Guadeloupe du fait de son caractère archipélagique.

---

<sup>1</sup> « L'écotourisme forestier : pour un rapprochement entre tourisme et environnement à la Martinique », Dominique Augier, *Études caribéennes*, n° 6, avril 2007, p. 3.

<sup>2</sup> Cf. contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>3</sup> « Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination », *Ibid.*, p. 35.

<sup>4</sup> « L'écotourisme forestier : pour un rapprochement entre tourisme et environnement à la Martinique », *Ibid.*, p. 3.

Notre collègue Daniel Marsin a relevé qu'il permettait à la Guadeloupe de disposer d'une grande richesse de paysages, estimant qu'en la matière, seules les îles Grenadines peuvent rivaliser. M. Louis Molinié, maire de Terre-de-Haut, a quant à lui souligné que les Saintes constituaient une des plus belles baies du monde.

Atout France confirme qu'il s'agit d'un atout important : la Guadeloupe constitue le seul archipel de la Caraïbe alliant à la fois une île volcanique active et une île calcaire. Par ailleurs, « *cette richesse géologique est renforcée par le particularisme des autres îles qui la composent : l'archipel des Saintes (7 îles et îlets d'origine volcanique dont deux seulement sont habitées), Marie-Galante, la Désirade, les deux bancs coralliens que forment les îles de Petite Terre* »<sup>1</sup>. La Guadeloupe dispose en conséquence de paysages variés à forte identité, comme « *les paysages canniers, principalement sur les îles de Grande-Terre et Marie-Galante, des paysages bananiers en grande partie sur l'île de la Basse Terre, des plages de sable blanc, noir ou roux, des mares, mangroves, une forêt tropicale préservée et la plus grande barrière de corail des petites Antilles* »<sup>2</sup>.

## **2. Les Antilles, laboratoire de la France en matière d'énergies renouvelables**

Comme l'indiquait la mission commune d'information du Sénat sur la situation des départements d'outre-mer, « *les DOM présentent un potentiel exceptionnel en matière d'énergies renouvelables* »<sup>3</sup>. Aujourd'hui, les énergies renouvelables représentent ainsi entre 25 et 27 % de la consommation électrique dans les DOM, selon les données communiquées à votre rapporteur par le Syndicat des énergies renouvelables (SER).

**Dans les Antilles, le niveau de développement des énergies renouvelables est en deçà du niveau global pour l'ensemble des DOM, comme l'illustre le tableau suivant.**

---

<sup>1</sup> « Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination », *Ibid.*, p. 35.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 36.

<sup>3</sup> « Les DOM. Défi pour la République, chance pour la France. 100 propositions pour fonder l'avenir », *Ibid.*, p. 109.

**RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION ÉLECTRIQUE**  
(GWh, en 2006)

	Guadeloupe	Martinique
Hydraulique	28	-
Bagasse	80	-
Eolienne	42	0
Photovoltaïque	2	9
Unités d'incinération d'ordures ménagères	-	15
Géothermie	90	-
Fossile	1 290	1 440
Total consommation électrique	1 532	1465
<b>Part de l'électricité issue d'énergies renouvelables</b>	<b>17 %</b>	<b>3 %</b>

*Source : Syndicat des énergies renouvelables (SER).*

Les deux départements antillais sont donc en retard, notamment par rapport à La Réunion, en matière d'énergies renouvelables. Pour autant, M. Thierry Pons, directeur des systèmes énergétiques insulaires (SEI) d'Électricité de France (EDF), a indiqué lors de son audition par votre rapporteur que **le potentiel des Antilles en matière d'énergies renouvelables est supérieur à celui de La Réunion**. Seule la volonté politique manque aux Antilles, alors que La Réunion a lancé son plan « Grenelle de l'environnement pour la Réunion – Réussir l'innovation » (GERRI) qui vise à rendre l'île un territoire sans énergies fossiles d'ici 2030.

Le potentiel de développement des différents types d'énergies renouvelables aux Antilles est en effet énorme, comme l'ont indiqué, lors de leur audition par votre rapporteur, les responsables du SER :

– beaucoup peut être fait en matière de **biomasse** en Martinique, aujourd'hui en retard par rapport à la Guadeloupe ;

– s'agissant du **solaire**, le gisement exceptionnel reste relativement peu exploité dans l'ensemble de l'outre-mer ;

– les potentialités en matière d'**éolien** restent également encore peu utilisées ;

– à l'exception du site de Bouillante en Guadeloupe, le potentiel en matière de **géothermie** restent très peu exploités. On en arrive même aujourd'hui à la situation étonnante où est envisagé que la Dominique alimente les deux départements antillais ;

– les **énergies marines** (houles, courants, énergie thermique des mers) présentent un potentiel important dans les Antilles.

Lors de son audition par votre rapporteur, M. Marc Lemarignier a également souligné le potentiel des énergies issues des biocarburants, illustré par le projet porté par l'entreprise « Franco Cell ».

Le « Grenelle de l'environnement »<sup>1</sup> a fixé pour les départements d'outre-mer un objectif d'au moins 50 % d'énergies renouvelables dans la consommation d'électricité à l'horizon 2020. Le Conseil interministériel de l'outre-mer (CIOM) a fixé un objectif plus ambitieux d'autonomie énergétique.

La tendance actuelle est à la hauteur de ces objectifs, ce qui ne va pas sans poser de problèmes en termes de stockage ou de prédictibilité : d'après les données communiquées par EDF, **les deux départements antillais devraient ainsi atteindre la limite de 30 % d'énergies renouvelables intermittentes dès 2012** :

– en Guadeloupe, le SER<sup>2</sup> estime que les énergies renouvelables pourraient atteindre 56 % de l'électricité consommée en 2020 ;

– en Martinique, cette proportion pourrait être de 25 % en 2020.

Les Antilles, comme le reste de l'outre-mer, constituent donc aujourd'hui, **un « laboratoire exceptionnel »**, comme l'a indiqué M. Thierry Pons lors de son audition par votre rapporteur, ou l'indicateur avancé de ce qui va se passer en Europe en matière énergétique, comme le souligne le SER.

Cette évolution peut être mise directement à profit pour le tourisme, avec la mise en place d'un tourisme industriel : M. Alain Vial-Collet, président du pôle Synergile, a ainsi évoqué la possibilité d'organiser des visites des sites de géothermie. Mais elle peut surtout être mise en avant pour redorer l'image des Antilles.

### ***C. METTRE LES ATOUTS ENVIRONNEMENTAUX DES ANTILLES AU PROFIT DU SECTEUR TOURISTIQUE***

#### **1. Construire une image des Antilles comme « îles vertes »**

Le constat est unanime : **les atouts environnementaux ne sont pas aujourd'hui assez mis en avant par la Martinique et la Guadeloupe afin d'attirer les touristes.** Ils ne sont pas assez « vendus » pour promouvoir ces destinations.

---

<sup>1</sup> Cf. article 46 de la loi n° 2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement.

<sup>2</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

Notre collègue Daniel Marsin a ainsi indiqué, lors de son audition par votre rapporteur, que la richesse du patrimoine environnemental des Antilles n'était pas assez mise en valeur au niveau de la promotion de ces destinations. Mme Stéphanie Bessière indique quant à elle que « *les Antilles françaises pourraient devenir le laboratoire mondial des énergies du futur et le valoriser du point de vue touristique* »<sup>1</sup>.

**Pourtant, la mise en avant de ces atouts pourrait permettre à ces destinations de sortir de l'image réductrice « plage et cocotiers ».**

Comme le souligne Dominique Augier, « *l'utilisation de l'image stéréotypée et interchangeable du trio mer-soleil plage a nuí quelque peu à la destination Martinique qui n'a pas su se démarquer de ses concurrentes* »<sup>2</sup>. Mettre l'accent sur la dimension « verte » de la destination **permettrait de se différencier des destinations concurrentes, de créer une véritable image de marque**, comme l'ont souligné les représentants des associations de protection de l'environnement auditionnées par votre rapporteur.

L'ensemble des personnalités entendues par votre rapporteur ont confirmé l'intérêt d'une telle orientation de la promotion de ces destinations. Certains, à l'exemple de M. Ziad El-Zein, président de l'association des tours opérateurs de plongée (TOP), se sont même étonnés que la Dominique fasse plus parler d'elle que la Guadeloupe en matière d'environnement.

**Votre rapporteur recommande donc que la promotion de ces destinations soit orientée sur leur richesse environnementale.** La Réunion a d'ailleurs déjà opéré ce virage puisqu'un des cinq axes du projet GERRI vise à « *créer une attractivité forte de la destination Réunion fondée sur le concept d'île exemplaire en matière d'innovation au service du développement durable* ».

Une telle réorientation **pourrait produire des effets très positifs**. La Martinique dispose ainsi d'un potentiel de 300 000 éco-touristes par an<sup>3</sup>. A l'heure actuelle, de nombreux touristes sont déjà attirés par la richesse environnementale des Antilles : en Guadeloupe par exemple, « *le tourisme vert séduit un peu plus chaque année et la part des voyageurs attirés par la nature progresse de dix points (45 %) [en 2009 par rapport à 2008]* »<sup>4</sup>.

Les deux destinations ont compris l'enjeu et commencent déjà à modifier leur politique en matière de promotion. Le Comité du tourisme des

---

<sup>1</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

<sup>2</sup> « *L'écotourisme forestier : pour un rapprochement entre tourisme et environnement à la Martinique* », *Ibid.*, p. 2.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 4.

<sup>4</sup> « *Les flux touristiques entre la France métropolitaine et l'aéroport Pointe-à-Pitre-Pôle Caraïbes en 2009* », *Premiers résultats INSEE Antilles Guyane*, n° 64, septembre 2010.

îles de la Guadeloupe (CTIG) a entrepris un nouveau positionnement de la destination, axé sur la valorisation des richesses naturelles et culturelles des territoires, avec le slogan « *les îles de la Guadeloupe, source naturelle de sensations* »<sup>1</sup>. La Guadeloupe a d'ailleurs obtenu en 2007 et 2008 le prix de « meilleure destination écotouristique » lors du *World Travel Market* de Londres.

Votre rapporteur salue cette évolution et estime qu'elle doit être poursuivie : **les sites Internet de chaque destination pourraient utilement mettre en avant cette image d'« îles vertes »**. De même, cette image de la Guadeloupe et de la Martinique pourrait être « vendue » lors de salons consacrés au tourisme que votre rapporteur souhaite voir organisés sur le territoire de chacun de ces départements : ce type de salons lui paraît en effet assurer une promotion beaucoup plus efficace que la participation à un salon organisé à l'extérieur du territoire.

Afin de renforcer cette image, votre rapporteur estime que **l'industrie touristique, et notamment le secteur hôtelier, pourraient mettre en œuvre de nouvelles pratiques et en faire un élément de promotion**.

Tant M. Jacques Ravallault, directeur exécutif de l'action territoriale de l'ADEME que M. Olivier Huygues-Despointes, président de Contact Entreprises, ont en effet estimé lors de leurs auditions respectives par votre rapporteur, que le secteur hôtelier pouvait être porteur de nouvelles pratiques.

Les initiatives prises par le Club Med, évoquées lors de son audition par Mme Agnès Weil, directrice du développement durable du Club Med, sont particulièrement intéressantes : le groupe a ainsi fait éco-certifier l'ensemble de son parc.

Mme Anne Dentel, présidente de l'association des hôteliers de Saint-Barthélemy, a également indiqué lors de son audition que ces derniers avaient pris des initiatives en matière de développement durable, à l'exemple des opérations visant à limiter la consommation d'eau. Votre rapporteur salue également le programme *Earth Guest* lancé par le groupe Accor au niveau mondial qui vise à « *entraîner les activités du groupe dans un cercle vertueux, dès lors que les innovations bénéfiques pour l'homme et la nature servent aussi le confort des clients et la qualité du service rendu* »<sup>2</sup>. Ce programme vise notamment à réduire la consommation d'eau, les consommations d'énergie et les déchets et à soutenir les énergies renouvelables.

---

<sup>1</sup> Cf. « *Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination* », *Ibid.*, p. 51.

<sup>2</sup> « *Tourisme et développement durable. L'expérience française* », *Ibid.*, p. 36.

**Recommandation n° 10 : promouvoir les Antilles comme une destination touristique « verte ».**

## **2. Préserver et valoriser le patrimoine naturel des Antilles**

Comme l'indique Atout France, l'enjeu de la préservation et de la valorisation du patrimoine naturel est essentiel dans une optique de tourisme durable : *« on entend par développement du tourisme durable toute forme de développement de cette activité touristique qui **respecte, préserve et met en valeur à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales d'un territoire** »*<sup>1</sup>.

Il est tout d'abord indispensable de **trouver un équilibre entre protection de l'environnement et fréquentation touristique**, car comme l'indique Mme Stéphanie Bessière, *« le tourisme est sans conteste une menace importante pour l'environnement naturel »*<sup>2</sup>.

Pour l'heure cependant, les personnalités rencontrées par votre rapporteur au cours de ses travaux ont, à l'exemple de Mme Agnès Weil, directrice du développement durable du Club Med, souligné que **le tourisme antillais n'a pas atteint un développement tel qu'il ferait peser une menace sur les sites naturels**.

Si certains sites paraissaient à l'avenir menacés par une surexploitation touristique, **votre rapporteur estime qu'il pourrait être utile d'en limiter l'accès en rendant ce dernier payant**, comme l'a évoqué lors de son audition en Martinique M. Johann Villeronce.

S'agissant de la mise en valeur du patrimoine naturel, votre rapporteur estime que des progrès restent à faire : cette **mise en valeur reste en effet insuffisante**.

Il apparaît notamment que la mise en valeur et l'entretien des plages sont insuffisants, comme l'ont souligné les socioprofessionnels de la Guadeloupe ainsi que M. Jean-Jacques Jérémie, président du Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement (CCEE) du même département lors de leur audition par votre rapporteur.

De même, il apparaît que le patrimoine naturel du Nord de la Martinique est insuffisamment mis en valeur, comme l'ont noté les universitaires martiniquais rencontrés par votre rapporteur. Atout France le

---

<sup>1</sup> *Ibid.*, p. 9.

<sup>2</sup> *Contribution écrite transmise à votre rapporteur.*

souligne également « *l'offre touristique dans le Nord de l'île souffre d'un manque de mise en valeur : de nombreux sites sont non aménagés ou manquent d'entretien, les sites et les acteurs travaillent peu en réseau, peu de boutiques et restaurants* »<sup>1</sup>.

Votre rapporteur tient cependant à noter que des actions sont menées, certes sans coordination, par différents acteurs, à l'exemple notamment du **Conservatoire du littoral, qui mène une action importance de mise en valeur du patrimoine naturel.**

Le credo du Conservatoire, créé en 1972 dans une optique de sauvegarde des espaces naturels et des paysages, est le suivant : « *protection et développement ne sont pas nécessairement antagonistes, mais peuvent et doivent se réconcilier dans une recherche permanente d'équilibres* »<sup>2</sup>.

En outre-mer, il mène une politique importante de reconquête du littoral : sur les 250 kilomètres de côtes qui lui ont été confiés depuis 2003, les deux tiers sont en voie de reconquête, comme l'a souligné M. Jérôme Bignon, président du conseil d'administration du Conservatoire, lors de son audition par votre rapporteur.

De même, le Conservatoire mène une action importante de mise en valeur des mangroves : il « *a engagé dans chaque DOM des actions pilotes en faveur de la découverte de ces milieux et de la pédagogie de l'environnement (parcours de découverte, fascicules pédagogiques, animations...).* Ces aménagements très fréquentés (35 000 visiteurs annuels en Martinique), permettent de diversifier l'offre de détente pour les touristes, par des activités de culture technique et scientifique de pleine nature »<sup>3</sup>.

Cette action a donc un impact important en matière de tourisme : les enquêtes menées en Martinique soulignent que les touristes, quel que soit le type de tourisme qu'ils pratiquent, sont friands des sites du Conservatoire.

L'action du Conservatoire est jugée essentielle tant par M. Eric Legrigeois, directeur de l'équipement, de l'aménagement et du logement (DEAL) en Martinique, que par M. Jean-Jacques Jérémie, président du CCEE de Guadeloupe.

**Votre rapporteur salue l'action menée par le Conservatoire du littoral : elle pourrait utilement s'intégrer davantage dans la stratégie touristique de chacun de ces départements.**

---

<sup>1</sup> « Du diagnostic à la mise en œuvre : priorités d'actions pour chaque destination », *Ibid.*, p. 66.

<sup>2</sup> « La Martinique entre terre et mer », *Dakota Éditions*, p. 5.

<sup>3</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.



Votre rapporteur note par ailleurs qu'un décret du 28 octobre 2010<sup>1</sup> devrait également assurer une meilleure mise en valeur du littoral : ce décret devrait permettre l'interconnexion des **sentiers littoraux** et l'accès des touristes à la plage. Comme l'indique le Conservatoire du littoral, désormais « *les départements d'outre-mer (...) peuvent se doter de programmes ambitieux d'aménagement des sentiers du littoral. Beaucoup de secteurs littoraux privés étant restés jusqu'à présent totalement fermés aux visiteurs* »<sup>2</sup>.

Cette évolution positive est à rapprocher de la mobilisation des conseils généraux des deux départements en matière d'entretien des sentiers de randonnée, dans le cadre des plans départementaux des itinéraires de promenade et de randonnée pédestre (PDIPRD), soulignée lors de leurs auditions respectives par nos collègues Claude Lise et Jacques Gillot.

Enfin, votre rapporteur note qu'afin d'assurer une réelle mise en valeur du patrimoine naturel, **encore faut-il que ce patrimoine soit connu des touristes, mais aussi de la population.**

Votre rapporteur a été stupéfait de constater qu'à l'heure actuelle, aucun inventaire des sites remarquables, tant naturels que culturels, n'existe en Guadeloupe et en Martinique.

**La mise en place d'un tel inventaire est indispensable** notamment car, du point de vue de la population, « *ne pas se connaître, c'est se perdre* », comme l'a indiqué lors de son audition par votre rapporteur, M. Daniel Chomet, président du Parc naturel régional de Martinique.

Lors de son audition, M. Jean Crusol, président de la commission des affaires économiques du conseil régional de Martinique a ainsi souligné la nécessité d'un tel outil, tandis que Mme Yvette Gallo, membre du conseil d'administration du Comité martiniquais du tourisme, estimait nécessaire de mettre en place un « référentiel » des lieux de visite et des sites.

Votre rapporteur a été particulièrement séduit par la proposition formulée par notre collègue Claude Lise, alors président du conseil général de la Martinique : ce dernier, prenant en exemple l'outil mis en place par le conseil général de l'Eure, a estimé qu'il serait utile de mettre en place un « **carnet du territoire** ».

Aux yeux de votre rapporteur, un « carnet du territoire » permettrait de mettre en avant outre les sites et les paysages remarquables, les espèces et les biotopes caractéristiques, tels que la mangrove, les parcs naturels, le patrimoine culturel tel que l'architecture coloniale, la culture créole ou encore les lieux de mémoire.

---

<sup>1</sup> Décret n° 2010-1291 du 28 octobre 2010 pris pour l'extension aux départements d'outre-mer des servitudes de passage des piétons sur le littoral.

<sup>2</sup> Contribution écrite transmise à votre rapporteur.

**Recommandation n° 11 : assurer une meilleure valorisation du patrimoine naturel des Antilles, par exemple *via* la réalisation d'un inventaire des sites naturels remarquables.**

## ANNEXE 1

### EXAMEN EN COMMISSION

(MARDI 24 MAI 2011)

**La commission procède à l'examen du rapport d'information de M. Michel Magras, sur « Tourisme et environnement outre-mer ».**

**M. Michel Magras, rapporteur.** – J'ai donc l'honneur de vous présenter mon rapport d'information sur le thème « Tourisme et environnement outre-mer ». Au préalable, je souhaite vous remercier, Monsieur le Président, mes chers collègues, de m'avoir confié en septembre dernier cette responsabilité. C'est en effet une grande première pour le « jeune » sénateur que je suis.

Le tourisme est un sujet auquel je m'intéresse particulièrement, ce qui n'est pas étonnant pour le sénateur de Saint-Barthélemy. C'est en effet un secteur essentiel pour le développement de nos outre-mer.

Dès le début de mes travaux, je me suis interrogé sur le champ géographique de mon rapport : il m'est apparu irréaliste de vouloir traiter l'ensemble des collectivités ultramarines :

- d'une part, il aurait été logiquement compliqué d'organiser des déplacements dans chacune des onze collectivités ultramarines ;

- d'autre part, il me semble surtout qu'en matière touristique, comme dans bien d'autres domaines, il n'y a pas un outre-mer mais des outre-mer. Quel est en effet le point commun entre Saint-Pierre-et-Miquelon, île au climat océanique froid, et la Guyane, département d'une taille comparable à celle du Portugal, couvert à près de 90 % par la forêt équatoriale ? Quel est le point commun entre les collectivités orientées sur le balnéaire, par exemple les quatre collectivités antillaises, et les collectivités orientées sur d'autres types de tourisme, comme La Réunion qui ne compte que quelques kilomètres de plages ?

En conséquence, j'ai décidé de concentrer mon rapport sur les deux départements antillais, la Guadeloupe et la Martinique, qui ont été pendant longtemps des destinations touristiques de premier ordre et qui rencontrent aujourd'hui de graves difficultés.

Pour rassurer mes collègues représentant les autres collectivités ultramarines, je souligne cependant que certaines des propositions figurant dans mon rapport peuvent s'appliquer à celles-ci. Dans tous les cas, le rapport servira de base à un débat en séance publique organisé à la fin du mois de juin prochain, au cours duquel la diversité des situations de nos outre-mer pourra être évoquée.

Je vous remercie d'ailleurs, Monsieur le Président, d'avoir demandé à la Conférence des Présidents qu'un tel débat puisse avoir lieu, nouveau signe de l'attention portée par notre commission aux problématiques ultramarines.

Au terme de mes travaux - c'est-à-dire une vingtaine d'auditions à Paris et plus d'une trentaine d'auditions lors de mon déplacement sur place -, je vous présente aujourd'hui un rapport organisé en deux temps : j'ai souhaité tout d'abord analyser la situation du secteur touristique dans les deux départements antillais, et formuler des propositions afin de relancer ce secteur. Je me suis ensuite intéressé plus précisément au volet environnemental : dans quelle mesure l'environnement peut constituer un atout pour ces destinations ?

Tout d'abord donc, quelle est la situation du secteur touristique en Guadeloupe et en Martinique ? Ces deux départements ont vu leur fréquentation touristique s'effondrer depuis le début des années 2000, notamment sous l'effet de la concurrence d'autres destinations. Un seul exemple : la Martinique accueillait en 1998 plus d'un million de touristes. En 2009, elle n'en a accueilli que 580 000, soit une chute de 45 % en 11 ans !

Les tensions sociales récurrentes sont un des éléments d'explication : la crise sociale traversée par ces deux départements en 2009 a ainsi laissé des traces en renforçant leur image négative. Le début de l'année 2011 marque cependant une légère reprise de l'activité.

La situation du secteur hôtelier illustre la gravité de la crise : le parc hôtelier a « fondu » en étant divisé par deux au cours des dix dernières années ; du point de vue qualitatif, le parc hôtelier antillais est totalement obsolète : il n'offre plus le confort et les équipements exigés par la clientèle actuelle ; les établissements sont dans une situation financière particulièrement difficile. Les socioprofessionnels estiment que près de 80 % des structures hôtelières sont déficitaires. Sur cette question, je salue la mise en place en février dernier par le Gouvernement d'une mission qui aboutira, je l'espère, à des solutions adaptées aux difficultés du secteur.

Je me suis intéressé à différents aspects de la situation du tourisme antillais, sans avoir la prétention d'être exhaustif, et je formule dans mon rapport huit recommandations sur cette partie précise.

Ma première recommandation vise à faire du tourisme la priorité en matière de développement économique.

Certains d'entre vous estiment peut être que cela va de soi, mais il n'en est rien. Même si le tourisme est un secteur économique central dans ces deux départements (représentant environ 10 % des emplois directs et indirects) et qu'il représente un gisement potentiel d'emplois, la volonté politique de développement du tourisme a longtemps été absente.

J'estime donc que les acteurs locaux doivent se mobiliser sur cette question, qui relève avant tout de leur compétence, et que l'État doit prendre les mesures d'accompagnement nécessaires.

Cela signifie que les acteurs locaux doivent établir une véritable stratégie touristique, dans une optique de « tourisme intégré », c'est-à-dire avec l'ensemble des acteurs de la filière et, plus généralement, avec l'ensemble de la société. Je propose qu'une Conférence réunisse, après chaque renouvellement des instances de la collectivité régionale, l'ensemble de ces acteurs afin de déterminer la stratégie touristique et d'orienter les dépenses publiques prioritairement vers ce secteur. En résumé, il s'agit de passer d'un tourisme subi à un tourisme choisi.

C'est ce qui se produit depuis plusieurs mois en Martinique, comme j'ai pu le percevoir lors de mon déplacement. La visite du Président de la République en janvier dernier et la politique mise en place par le nouveau président du conseil régional ont conduit à un résultat clair : le tourisme est devenu la priorité en Martinique et tous les acteurs œuvrent dans la même direction.

Ma deuxième recommandation consiste à poursuivre les actions de sensibilisation de la population à l'activité touristique, notamment en accroissant la place des langues étrangères dans le cadre scolaire.

Pour des raisons historiques et identitaires, la population antillaise a longtemps été réfractaire au développement du tourisme : le service a souvent été assimilé à la servitude.

Si des progrès importants ont été réalisés, les efforts doivent être poursuivis et je pense notamment qu'une formation renforcée aux langues étrangères peut constituer un atout dans ce domaine.

Ma troisième recommandation vise à tout mettre en œuvre pour que l'expérience de la desserte des Antilles depuis Roissy soit concluante, sans négliger d'autres pistes.

Les deux départements antillais sont en situation de mono clientèle : plus de 90 % des touristes sont Français. Cette situation s'explique en partie par la desserte aérienne depuis Orly, qui nuit à l'ouverture aux marchés européens. Je pense que la mise en place d'une desserte aérienne depuis Roissy est indispensable. Je salue l'engagement du Président de la République en la matière : il a en effet annoncé en janvier dernier qu'une desserte serait mise en place en novembre prochain, à titre expérimental, depuis Roissy.

Je souhaite toutefois faire trois remarques :

– les modalités de cette expérimentation doivent permettre la réussite de cette initiative : on s'oriente aujourd'hui vers une desserte hebdomadaire, qui n'assure pas une véritable souplesse pour le *package* du touriste ;

– des pistes alternatives peuvent être explorées pour ouvrir ces destinations aux marchés européens, comme la mise en place de charters à partir de certains pays européens ;

– enfin, si la desserte aérienne est une question essentielle, elle ne peut en aucun cas régler l'ensemble des difficultés du tourisme antillais. Elle n'aura aucun impact si une véritable stratégie touristique n'est pas définie et mise en œuvre.

Ma quatrième recommandation vise à prendre des initiatives afin d'attirer les touristes nord-américains, notamment en incitant les compagnies aériennes américaines à desservir les Antilles.

Les touristes américains ont, depuis les années 1980, déserté la Guadeloupe et la Martinique, notamment en raison de l'instabilité sociale qui a conduit au départ des compagnies aériennes américaines.

Les Antilles françaises disposent pourtant d'atouts, tels que la proximité ou la sécurité sanitaire pour séduire la clientèle américaine. Le retour des touristes américains doit donc être une priorité : les acteurs du tourisme doivent se mobiliser afin d'inciter les compagnies aériennes américaines, le cas échéant *low cost*, à desservir de nouveau ces deux départements.

Ma cinquième recommandation vise à ajuster le dispositif de défiscalisation pour l'hôtellerie afin d'aboutir à une « défiscalisation de projet » et de permettre la mise à niveau des établissements hôteliers.

Si la défiscalisation a permis un développement important du parc hôtelier, elle a également eu des effets pervers, comme la vente à la découpe de nombreux hôtels. Cela s'explique par le fait que la défiscalisation n'a pas été conçue comme un outil de développement durable, particulièrement dans le secteur hôtelier. Je formule donc deux propositions :

– afin de faire émerger une véritable « défiscalisation de projet », il me paraît utile d'allonger de 5 à 10, voire à 15 ans, la durée de détention du bien hôtelier défiscalisé ;

– la priorité étant la mise à niveau des établissements hôteliers, la défiscalisation en matière hôtelière devrait être réservée à la rénovation.

Ma sixième recommandation consiste à prendre des initiatives visant à diversifier les produits touristiques et les clientèles, afin d'atténuer l'effet de saisonnalité.

La saisonnalité est un des principaux handicaps des deux départements antillais. La saison touristique va en effet de décembre à avril. Il faut aujourd'hui faire de ce handicap un atout, en permettant l'émergence de deux saisons distinctes, la seconde pouvant s'appuyer sur certaines niches, comme la clientèle senior, une politique événementielle ambitieuse ou encore le tourisme d'affaires et de congrès.

Ma septième recommandation consiste à lancer un grand plan de formation des salariés du secteur touristique antillais.

La qualité de l'accueil et de la formation constitue une faiblesse des deux départements. L'ensemble des acteurs doivent se mobiliser sur cette question, notamment dans le domaine de la maîtrise des langues étrangères qui constitue un préalable à la diversification de la clientèle.

La huitième recommandation vise à relancer la croisière, notamment en soutenant les projets de Basse-Terre et de Saint-Pierre.

La croisière connaît une crise grave dans ces deux départements. Alors qu'elle a le « vent en poupe » dans le monde et dans la Caraïbe, où on est passé de 8 à 19 millions de croisiéristes en 15 ans, la Guadeloupe a perdu 55 % de ses passagers entre 2000 et 2009 et la Martinique 75 % !

J'en viens au second volet de mon rapport : l'environnement. Il s'agit à mes yeux d'un atout pour le tourisme antillais. Dans mon esprit, cela ne signifie pas simplement qu'il faut développer le « tourisme vert » mais qu'il faut prendre en compte la dimension environnementale dans l'ensemble de la politique touristique des Antilles.

Cela me paraît indispensable pour deux raisons : d'une part, la clientèle touristique est aujourd'hui très sensible à cette dimension ; d'autre part, l'aspect environnement permettrait de répondre à certaines problématiques, notamment le fait que si le tourisme balnéaire demeure un produit d'appel important il n'est plus suffisant pour attirer les touristes.

Je formule, dans cette partie de mon rapport, trois recommandations.

Ma neuvième recommandation consiste donc à prendre des initiatives en matière de cadre de vie, par exemple en utilisant les dispositifs législatifs permettant d'encadrer et de réguler l'affichage publicitaire.

A mes yeux, la qualité du cadre de vie est un élément essentiel, un préalable pour la réussite de ces destinations. Or, les Antilles ont un déficit d'image important : elles ont une image d'îles sales. Je n'évoquerai devant vous qu'un sujet : l'affichage publicitaire.

Un seul exemple : la route entre l'aéroport du Raizet à Pointe-à-Pitre en Guadeloupe et la zone hôtelière du Gosier est totalement défigurée par l'affichage publicitaire. Comment le touriste ne peut-il pas se sentir agressé par ce premier contact avec ce territoire ?

Ce sujet me tient à cœur : j'ai été à l'origine d'un règlement local de publicité particulièrement strict à Saint-Barthélemy. La quasi-totalité de l'île est ainsi aujourd'hui en publicité restreinte. Cette décision radicale est considérée comme un des éléments expliquant la bonne image de l'île.

Les maires martiniquais et guadeloupéens ne semblent pas conscients de l'importance de cette question, mais il leur revient d'utiliser les dispositifs législatifs existants.

Ma dixième recommandation consiste à promouvoir les Antilles comme une destination touristique « verte ».

Les deux départements disposent d'un patrimoine naturel exceptionnellement riche, avec, par exemple, de très nombreux sites protégés : le tiers du territoire de la Guadeloupe bénéficie ainsi, à un titre ou à un autre, d'une protection. Je ne peux également que souligner la richesse des paysages de l'archipel guadeloupéen.

Cet atout n'est pourtant pas suffisamment mis en valeur : il pourrait pourtant permettre à ces destinations de sortir de l'image réductrice « plages et cocotiers ». Il s'agirait d'une vraie image de marque, leur permettant de se différencier d'autres destinations. Leur promotion pourrait donc utilement être réorientée en ce sens.

Ma dernière recommandation vise à assurer une meilleure valorisation du patrimoine naturel des Antilles, par exemple par le biais d'un inventaire des sites naturels remarquables.

La valorisation du patrimoine naturel de ces deux départements reste aujourd'hui insuffisante : les atouts naturels du Nord de la Martinique sont ainsi insuffisamment mis en valeur. Malgré tout, je tiens à saluer le travail de certains acteurs comme le Conservatoire du littoral, dont l'action en matière de valorisation du littoral antillais est essentielle.

Pour assurer une réelle mise en valeur du patrimoine naturel, encore faut-il que ce dernier soit connu des touristes et de la population ! Or aucun inventaire des sites n'existe : la mise en place d'un tel inventaire doit donc être une priorité.

Voici donc les onze propositions qui figurent dans le rapport d'information que je vous présente aujourd'hui. Ces propositions n'ont pas l'ambition de traiter de façon exhaustive la question, mais j'espère qu'elles pourront apporter leur pierre à l'édifice qu'est la nécessaire relance du tourisme antillais. Je vous remercie pour votre attention et je suis maintenant à votre disposition pour répondre à vos questions.

**M. Gérard Cornu, vice-président.** – Merci à notre rapporteur pour cette présentation et ces propositions très intéressantes. Une question : qu'entendez-vous exactement par « passer d'un tourisme subi à un tourisme choisi » ?

**M. Michel Magras, rapporteur.** – Pendant longtemps, il y a eu, de la part des élus locaux, une absence de communication positive sur le tourisme : l'idée que ces territoires n'avaient pas vraiment besoin de cette activité était répandue. Par ailleurs, il y a un réel problème identitaire et le fait que ces deux départements aient



leur activité touristique orientée exclusivement sur la métropole n'a pas arrangé les choses. Je note cependant que la situation est en train d'évoluer aujourd'hui, même si beaucoup reste à faire.

**M. Daniel Raoul.** – Le tourisme doit être une priorité dans les Antilles françaises. Aujourd'hui, le tourisme est en train de se développer très fortement à Sainte-Lucie et à Saint-Vincent. Dans les Antilles, il faut d'abord, comme l'a dit notre rapporteur, que les collectivités et la population s'approprient le tourisme et qu'on passe d'un tourisme subi à un tourisme choisi. J'estime pour ma part que la Guadeloupe est en retard par rapport au reste des Antilles françaises.

S'agissant de vos deux propositions relatives à la sensibilisation de la population et à l'accueil, je pense qu'il s'agit d'un tout.

S'agissant des touristes américains, je note que les bateaux de croisière n'accostent plus en Martinique ou en Guadeloupe. C'est un vrai problème : la situation sociale n'est pas le seul élément explicatif, l'accueil ne répond également pas aux attentes. Je suis également surpris que les Canadiens ne viennent plus aux Antilles françaises. Le retour des touristes nord-américains, notamment canadiens, doit être une priorité.

S'agissant de la saisonnalité, on ne peut rien faire contre le climat ! Les touristes métropolitains sont en effet à la recherche d'un climat spécifique.

En matière de croisière, les infrastructures ne me semblent pas au niveau. Si des quais doivent être construits, c'est dans un environnement adéquat et pas en zone industrielle.

En matière environnementale, je trouve que l'île de Marie-Galante se détache : des efforts réels y ont été faits en la matière. La Guadeloupe, qui a des atouts environnementaux extraordinaires, doit s'en inspirer.

**M. Daniel Marsin.** – Je veux saluer le travail effectué par notre rapporteur, qui connaît bien ces questions.

L'absence de volonté politique est un point majeur, dont je suis conscient en tant que Guadeloupéen. Avant d'apprécier le comportement de la population, il faut voir le comportement des élites, et notamment des élus. Les élus guadeloupéens ont eux-mêmes un complexe vis-à-vis du tourisme. C'est seulement quand ils auront fait des choix clairs, notamment en matière budgétaire, qu'ils pourront entraîner la population.

S'agissant de la population, qui a en effet été longtemps réfractaire au tourisme, je pense qu'elle sera d'autant plus difficile à convaincre si elle n'a pas le sentiment de tirer concrètement profit du tourisme. Les gîtes peuvent constituer un atout de ce point de vue.

La clientèle américaine ne peut, à mes yeux, être que marginale en Guadeloupe, alors que les Canadiens, qui ont « déserté » les Antilles, constituent un marché qu'il faut cibler.

Je suis tout à fait d'accord avec notre rapporteur sur la question centrale de la formation.

S'agissant de la croisière, l'arrivée à Pointe à Pitre se fait dans un très bel espace, mais l'accueil est déplorable ! La ville n'est pas accueillante pour les touristes.

Le sujet majeur en matière d'environnement n'est pas celui de l'affichage publicitaire, mais c'est celui des déchets et des carcasses de voitures. Les responsables de cette situation sont d'ailleurs connus : la région et le département.

Deux éléments de conclusion : Marie-Galante pourrait, selon moi, être valorisée comme une dimension du produit touristique guadeloupéen. Enfin, il faut trouver une solution au problème du prix : les Antilles doivent disposer d'un avantage comparatif pour compenser un prix supérieur aux destinations concurrentes.

**Mme Odette Terrade.** – Je souscris à l'ensemble des recommandations de notre rapporteur sous deux réserves.

S'agissant de la défiscalisation, ce dispositif n'a pas répondu aux attentes : si elle doit exister, elle doit être encadrée tant dans ses montants que dans sa durée.

S'agissant de la desserte depuis Roissy, le départ du *hub* pour cet aéroport a conduit à des difficultés importantes à Orly. En compensation, les destinations antillaises y ont été transférées. L'annonce du Président de la République a donc inquiété dans le Val-de-Marne : il est important que l'ouverture d'une liaison à destination des Antilles depuis Roissy ne déstabilise pas l'aéroport d'Orly.

**M. Jean-Jacques Mirassou.** – Je ne suis pas un spécialiste de ce sujet mais il me paraît illusoire de vouloir traiter cette question sans la remettre dans son contexte politique, économique et social. Quel type de projet les élites politiques ont à proposer aux populations ? Il faut évaluer les rapports financiers entre ces territoires et la métropole. Je suis sceptique quant à la possibilité de créer une « bulle touristique » faisant abstraction de tout le reste. Il ne faut pas que l'espoir se transformer en mirage.

**M. Jean-Paul Emorine, président.** – Notre rapporteur a évoqué les tableaux publicitaires. Je rejoins Daniel Marsin : j'ai été marqué sur place par les carcasses des voitures. Une action en la matière pourrait être très bénéfique.

**M. Michel Magras, rapporteur.** – Je suis très heureux de toutes ces interventions : les réponses figurent dans mon rapport.

J'estime que la priorité est que les élus, les socioprofessionnels, la population et l'État établissent dans chacun de ces départements une stratégie et que l'argent public soit utilisé prioritairement sur ce secteur. Le tourisme est en effet l'activité qui va créer le plus d'emplois durables dans ces deux départements : il me semble que La Martinique a franchi un cap sur cette question.

La problématique de la gamme est importante : si beaucoup m'ont dit que le tourisme de masse n'était pas la solution, il me semble que le potentiel de ces îles est en réalité diversifié. Ainsi, le tourisme de gîtes est intéressant, il attire beaucoup de touristes. Il doit cependant être davantage structuré.

Mon rapport n'évoque pas seulement la clientèle américaine, mais bien la clientèle nord-américaine, c'est-à-dire également les Canadiens.

En matière de croisière, il faut distinguer la croisière basée, très positive financièrement parlant mais qui impose des contraintes, notamment en termes de stabilité sociale et de logistique, de la croisière d'escale. S'agissant de la croisière d'escale, l'animation des villes de débarquement doit être adaptée, et c'est bien le problème aujourd'hui à Pointe-à-Pitre. C'est également l'atout que représente à mes yeux le projet qui existe à Basse-Terre : la ville de Basse-Terre est en effet animée, elle dispose d'un riche patrimoine culturel et se situe à côté de la Côte-sous-le-Vent. Existente également des bateaux de croisière de taille plus réduite, dont la clientèle dispose d'un pouvoir d'achat plus important et qui peut revenir en tant que touriste de séjour : c'est cette croisière qu'a choisie Saint-Barthélemy.

Sur la saisonnalité, il existe selon moi une clientèle d'été et il est possible de créer des événements amenant une clientèle hors saison, à l'exemple de la « route du Rhum ».

Je fais une différence entre formation et sensibilisation. Il convient à mes yeux de développer le multilinguisme : les Antillais doivent être au moins bilingues et c'est pourquoi je pense qu'il faut renforcer l'enseignement des langues étrangères dans ces territoires. S'agissant de la formation professionnelle, l'idée est également de permettre aux jeunes du secteur touristique d'aller exercer dans le bassin géographique caribéen et de revenir en véritables professionnels.

S'agissant de Marie-Galante, c'est un exemple intéressant, car cette île dispose d'un patrimoine riche. Il reste un défi important : celui de la continuité territoriale entre la Guadeloupe et ses îles.

J'estime qu'en réponse à la problématique de la saisonnalité, il faut évoquer la question de l'annualisation du temps de travail. Les employeurs sur place ont une activité sur 4 mois mais des salaires à payer sur 12 mois. Des solutions doivent être trouvées à cette situation.

Contrairement à Daniel Marsin, je pense que le potentiel du marché américain est important dans les Antilles : il n'a pas vocation à être marginal. Les

Américains représentaient d'ailleurs près de 40 % des touristes en Guadeloupe dans les années 1980.

Je n'ai pas tu la problématique des déchets dans mon rapport, car c'est une question très importante. J'indique par exemple, en réponse à la question du Président Emorine, qu'entre 15 000 et 20 000 véhicules hors d'usage (VHU) sont dispersés sur le territoire de la Martinique. C'est une réalité sur le terrain et ces problèmes peuvent être réglés.

Mme Terrade, ma proposition relative à la défiscalisation répond à votre intervention. Je vous indique par ailleurs que je suis à l'origine d'une disposition législative permettant notamment à Saint-Barthélemy de choisir les secteurs éligibles à la défiscalisation. La proposition qui figure dans mon rapport est, je le souligne, assez radicale, puisqu'elle propose de réserver la défiscalisation en matière hôtelière à la rénovation.

S'agissant de la desserte depuis Roissy, je vous rassure : l'objectif n'est pas de nuire à Orly mais de toucher la clientèle européenne par les connexions européennes. Il y a d'autres pistes afin de toucher les marchés européens, comme faire venir des compagnies européennes à Orly.

*La commission de l'économie autorise, à l'unanimité, la publication du rapport d'information.*

## ANNEXE 2

### LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR

Mardi 7 décembre 2010

*Air France KLM*

- **M. Alain MALKA**, directeur général Caraïbes et Océan Indien ;
- **Mme Véronique MOULIN**, gestionnaire des lignes Antilles ;
- **Mme Patricia MANENT**, chargée des relations institutionnelles.

*Atout France*

- **M. Christian MANTEI**, directeur général.

*Club Méditerranée*

- **Mme Agnès WEIL**, directrice du développement durable.

*Association des tours opérateurs de plongées (TOP)*

- **M. Ziad EL-ZEIN**, président.

*France Nature Environnement (FNE)*

- **M. Gilles BENEST**, pilote du réseau tourisme et environnement ;
- **Mme Morgane PIEDERRIERE**, chargée du suivi législatif et des relations institutionnelles.

*Ligue de protection des oiseaux (LPO)*

- **Mme Julie RIEGEL**, responsable de programmes mission internationale ;
- **Mme Sylvie FLATRES**, coordinatrice de la veille parlementaire.

Mercredi 8 décembre 2010

*Syndicat des énergies renouvelables (SER)*

- **M. Jérôme BILLEREY**, président de la Commission Outre-mer ;
- **M. Alexandre de MONTESQUIOU**, consultant.

*Fédération des entreprises d'outre-mer (FEDOM)*

- **M. Alain VIENNEY**, délégué général.

Jeudi 9 décembre 2010

*Électricité de France :*

- **M. Thierry PONS**, directeur des Systèmes énergétiques insulaires (SEI) ;
- **M. Bernard MALHIOU**, directeur finances et développement (SEI EDF) ;
- **M. Alban SCHULTZ**, chargé de mission à la direction des affaires publiques.

– **Mme Cécile FELZINES**, ancien membre du Conseil économique, social et environnemental (CESE), et auteur du rapport « *Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre mer français* » (2007).

*Association nationale des acteurs du tourisme (ANAT)*

- **M. Bernard MOREUL**, membre de l'ANAT, président de la Fédération nationale des clubs de plage.

Mardi 14 décembre 2010

- **Mme Anne BOLLIET**, Inspectrice générale des finances.

Mercredi 15 décembre 2010

*Conservatoire du littoral*

– **M. Jérôme BIGNON**, président du conseil d'administration, député de la Somme ;

– **Mme Magali CERLES**, déléguée adjointe Outre-mer.

*Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME)*

– **M. Jacques RAVAILLAULT**, directeur exécutif de l'action territoriale.

Jeudi 16 décembre 2010

*Air Caraïbes*

– **M. Serge TSYGALNITZKY**, directeur général.

*Franco Cell*

– **M. Marc LEMARIGNIER**, administrateur.

Mercredi 26 janvier 2011

– **M. Daniel MARSIN**, sénateur de la Guadeloupe.

Mardi 1<sup>er</sup> février 2011

*Groupement des Investisseurs Hôteliers des Outre Mers (GIHDOM)*

– **M. Jean-Paul OCTAVE**, président ;

– **M. Yan MONPLAISIR**, président du Groupe Monplaisir.

Lundi 28 mars 2011

– **Mme Marie-Luce PENCHARD**, ministre chargée de l'outre-mer.

*Corsairfly*

– **M. Olivier BESNARD**, directeur général.

*Direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services  
(DGCIS)*

– **M. Michel CAZAUBON**, chef du bureau des destinations touristiques Outre-mer.

Vendredi 1<sup>er</sup> avril 2011

– **M. Frédéric LEFEBVRE**, secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation.

Jeudi 14 avril 2011

*Compagnie financière Saint-Thomas*

– **M. Patrick-Olivier PICOURT**, président.



### ANNEXE 3

## DÉPLACEMENT DANS LES ANTILLES (18 – 24 FÉVRIER 2011)

### Déplacement à Saint-Barthélemy :

Vendredi 18 février 2011

– 13 h : **Mmes Marie-Thérèse WEBER**, présidente du Comité Territorial de Tourisme de l'île de Saint-Barthélemy (CTTSB), **Inès CHOISY**, directrice du CTTSB, et **Anne DENTEL**, présidente de l'association des hôteliers ;

– 15 h 30 : **M. Jean Marc GRÉAUX**, président du Conseil économique social et culturel (CESC) ;

– 16 h 30 : **M. Régis PAIN**, président de la Chambre économique multiprofessionnelle (CEM), **Mmes Catherine CHARNEAU**, présidente de la commission tourisme, et **Séverine BOURLIER**, directrice générale ;

– 17 h 30 : **M. Andy LAPLACE**, président de la commission environnement du Conseil territorial ;

– 19 h : **M. Christian LANGLADE**, directeur du Christopher.

Samedi 19 février 2011

– 9 h 30 : **M. Bruno MAGRAS**, président du Conseil territorial ;

– 11 h : **M. Benoit CHAUVIN**, président de Saint-Barthélemy environnement ;

– 12 h : **Mme Stéphanie BESSIÈRE**, directrice du Tourisme de la collectivité de Saint-Martin.

### Déplacement en Martinique :

Lundi 21 février 2011

– 8 h 30 : rencontre avec l'équipe de **M. Fred CÉLIMENE**, professeur agrégé des Universités, directeur du Centre d'étude et de recherche en économie, gestion, modélisation et informatique appliquée (CEREGMIA) à l'Université des Antilles et de la Guyane (UAG) ;

– 9 h 45 : **MM. Benoît LESCENE**, président de ZILEA, **Donald MONPLAISIR**, président de la Fédération du tourisme de Martinique, **Johan VILLERONCE**, consultant, **Alex CYPRIA** élu à la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Martinique et **Mme Sandrine LOUISY-LOUIS**,

responsable du service environnement et développement durable de la CCI de Martinique ;

– 11 h 30 : **MM. Olivier HUYGHUES DESPOINTES**, président de Contact Entreprises, **Hector ELISABETH**, membre du bureau, et **Jean-Paul JOUANELLE**, délégué général ;

– 12 h 45 : déjeuner avec **M. Jean CRUSOL**, président de la Commission des affaires économiques du conseil régional ;

– 15 h : **M. Michel DAUNAR**, directeur de l'Agence des cinquante pas géométriques ;

– 17 h : **M. Claude LISE**, président du conseil général ;

– 20 h : dîner avec **M. Serge LARCHER**, sénateur.

#### Mardi 22 février 2011

– 9 h 30 : **MM. Éric LEGRIGEOIS**, directeur de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (DEAL), et **Jean-Louis VERNET**, directeur-adjoint ;

– 10 h 45 : **Mme Yvette GALLO**, présidente de la Commission culture et patrimoine du conseil régional, membre du Conseil d'administration du Comité martiniquais du tourisme (CMT) ;

– 12 h : **M. Daniel CHOMET**, président du Parc naturel régional de Martinique ;

– 13 h 15 : déjeuner avec **MM. Tristan de REYNAL**, président d'Entreprises et environnement, et **Claude de JAHAM**, trésorier ;

– 15 h : visite de l'Habitation Clément (Le François) en compagnie de **M. Bernard HAYOT**, président de la Fondation Clément.

#### **Déplacement en Guadeloupe :**

##### Mercredi 23 février 2011

– 8 h 30 : rencontre avec les socio-professionnels à la Chambre de commerce et d'industrie (CCI), autour de **M. Jean-Michel PENCHARD**, vice-président ;

– 9 h 30 : **MM. Jocelyn JALTON**, président du Conseil économique et social régional (CESR), **Louis COLLOMB**, premier vice-président du CESR et **Mme Valérie AMBROISE** ;

– 10 h 15 : **MM. Jean-Jacques JEREMIE**, président du Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement (CCEE), **Pierre LOMBION**, vice-président de la commission « Protection et animation du cadre de vie », **Joël RABOTEUR**, vice-président de la commission « vie culturelle » ;

– 11 h 05 : **MM. Blaise ALDO** et **Louis MOLINIE**, maires de Sainte-Anne et de Terre-de-Haut ;

– 12 h 00 : **M. Alain BIEVRE**, directeur général de l'Aéroport Pôle Caraïbes, et **Mme Jeanie VERGER**, responsable de l'antenne d'American Airlines ;

– 13 h 00 : déjeuner avec **M. Alain VIAL-COLLET**, président du pôle Synergile ;

– 15 h 00 : **Mme Josette BOREL-LINCERTIN**, présidente du Comité du tourisme des îles de la Guadeloupe (CTIG), et **M. Willy ROSIER**, directeur général ;

– 16 h 00 : **M. Denis GIROU**, directeur du Parc National de Guadeloupe et **Mme Cécile LALLEMAND**, responsable de l'association Écotourisme de Guadeloupe ;

– 17 h 30 : **M. Virgile IREP**, directeur des Affaires culturelles et du Patrimoine de la commune de Sainte-Rose, auteur de « *Aouts et limites du tourisme durable dans la Caraïbe micro insulaire* » ;

– 18 h 30 : audition puis dîner à l'invitation de **M. Jacques GILLOT**, sénateur, président du conseil général avec des membres du conseil général.

#### Jeudi 24 février 2011

– 8 h 00 : **M. Jean FABRE**, préfet ;

– 9 h 00 : **MM. Jean TIBILAN**, secrétaire général aux Affaires régionales, **Vincent ROYER**, sous-directeur de la direction de l'équipement, de l'aménagement et du logement (DEAL), et **Mme Catherine TRENQUE**, déléguée régionale au tourisme, au commerce et à l'artisanat ;

– 10 h 30 : **Mme Hélène POLIFONTE-MOLIA**, présidente de la commission tourisme et continuité territoriale du conseil régional, **M. André BON**, directeur de l'Environnement et du cadre de vie, et **Mme Monique APAT**, directrice du tourisme, des transports et du désenclavement numérique du conseil régional ;

– 12 h 30 : déjeuner avec **Mme Lucette MICHAUX-CHEVRY**, sénateur.



## **ANNEXE 4**

### **CONTRIBUTIONS ÉCRITES TRANSMISES AU RAPPORTEUR**

– **M. Georges COLSON**, président du Syndicat national des agences de voyage (SNAV) ;

– **M. Christian LEDEE**, membre du Conseil économique, social et environnemental (CESE) ;

– **Mme Karine ROY-CAMILLE**, présidente du Comité martiniquais du tourisme (CMT) ;

– **M. Marc THEZE**, directeur général de l'hôtel Guanahani (Saint-Barthélemy).