

Les Notes de l'Institut d'émission

Établissement public – Dotation 10 000 000 € – SIRET 78 430 111 100 – APE 651 A – Siège social : 5 rue Roland Barthes 75598 Paris cedex 12 – Tél. : 33+1 53 44 41 41 – Fax : 33+1 44 87 99 62



Les déterminants économiques du tourisme en Polynésie française

Comparaisons internationales

PAPEETE

Janvier 2008 (version de mars 2008)

Les déterminants économiques du tourisme en Polynésie française

Comparaisons internationales¹

Janvier 2008 (version de mars 2008)

¹ Ce document découle d'un travail réalisé par Maëlan Le Goff, doctorante au Centre d'études et de recherche sur le développement international (Université de Clermont-Ferrand), dans le cadre d'un stage de trois mois effectué à l'IEOM, agence de Papeete.

Sommaire

Synthèse.....	3
Introduction	8
1. L'importance du tourisme dans l'économie polynésienne	7
1.1- Comparaison avec ses principaux concurrents	9
a- Comparaison en termes de flux touristiques.....	9
b- Comparaison des performances hôtelières	10
c- Comparaison en termes de valeur créée.....	11
d- Comparaison en termes de création d'emplois.....	12
1.2- Comparaison avec les autres DOM-TOM	11
a - Comparaison en termes de flux touristiques.....	11
b- Comparaison des performances hôtelières	11
c- Comparaison en termes de valeur créée.....	13
d- Comparaison en termes de création d'emplois.....	14
2. Analyse de certains déterminants économiques du tourisme en Polynésie française 17	
2.1.- Les déterminants exogènes	17
a- La situation géographique de la Polynésie française	17
Une région tropicale	
Le problème de la distance	
b- La conjoncture internationale	19
L'effet du coût du transport	
L'effet de la conjoncture économique des pays d'origine	
L'effet du taux de change	
c- Les évènements internationaux	24
Les évènements répulsifs	
Les évènements favorables au tourisme en Polynésie française	
L'impact des évènements répulsifs sur la fréquentation touristique internationale en Polynésie française	
L'impact des évènements répulsifs sur les touristes selon leur pays d'origine :	
2.2- Les déterminants endogènes	29
a- La compétitivité.....	29
Le problème du coût du transport	
La compétitivité hôtelière	
b- L'adéquation entre les capacités hôtelières et les capacités aériennes :.....	40
c- La qualité du service	43
d- La promotion	42
La promotion du secteur public	
La promotion globale du secteur public et du secteur privé	
La prise en compte des « repeaters »	
e- Les investissements publics	46
Conclusion	51
Table des graphiques	52
Annexes	53

SYNTHESE

Depuis le record des 252 000 visiteurs en 2000, le tourisme international stagne en Polynésie française. La fréquentation peine à dépasser les 220 000 touristes. Ainsi, en 2007, malgré l'amélioration enregistrée au cours du premier semestre, elle a atteint 218 241 visiteurs, soit une diminution de 1,5 %. Les professionnels du tourisme semblent d'ailleurs pessimistes pour le premier semestre de l'année 2008.

Cette stagnation du tourisme en Polynésie française est-elle si inquiétante pour l'économie polynésienne dans son ensemble ?

Comment peut-on expliquer ces médiocres performances alors que sur des destinations comparables, le tourisme au contraire tend à se développer ? Quels sont donc les déterminants économiques qui jouent sur l'évolution du tourisme international en Polynésie française ?

Pour répondre à la première question, nous nous sommes demandés si finalement, le tourisme est un secteur déterminant pour l'économie polynésienne. En d'autres termes, est-il fondé de considérer la Polynésie française comme une « économie touristique » ? A partir d'une analyse comparative avec les principales destinations concurrentes, il apparaît en réalité que le secteur touristique est relativement peu important dans l'économie polynésienne : les recettes touristiques ne représentent que 9% du PIB² et la proportion d'emplois salariés dépendant du tourisme au sens large (hôtels et pensions, prestataires, agences de voyages, compagnies aériennes) ne s'élève qu'à 15 %. Néanmoins, le tourisme est plus développé en Polynésie française que dans les autres collectivités d'outre-mer et chaque touriste visitant la Polynésie française rapporte deux fois plus³ qu'en Nouvelle-Calédonie ou trois fois plus qu'en Guadeloupe en raison de l'importance du tourisme dit « de luxe ».

Ensuite, pour répondre à la seconde question, deux grands types de déterminants susceptibles d'influencer la fréquentation touristique de la Polynésie française de façon significative ont été définis : des facteurs exogènes (la situation géographique de la Polynésie française, l'évolution de la conjoncture économique internationale et l'effet des principaux événements répulsifs) et des facteurs endogènes (la compétitivité, la qualité du service, l'adéquation entre les capacités aériennes et hôtelières, la promotion touristique). Les effets de chacun de ces déterminants ont été différenciés pour les principaux marchés émetteurs, en l'occurrence les Etats-Unis, le Japon et la France métropolitaine qui fournissent 60 % des touristes. Par ailleurs, les facteurs « compétitivité » et « promotion » ont été abordés selon une approche comparative, même si nous nous sommes heurtés à des problèmes de collecte d'informations qui nous ont empêchés d'affiner notre étude.

Il apparaît tout d'abord que les déterminants significatifs ne sont pas les mêmes suivants les marchés, c'est-à-dire que les obstacles au tourisme doivent être abordés marché par marché.

Cela semble logique lorsque l'on se penche sur la question du rôle joué par le taux de change qui n'est pertinente que lorsqu'il varie sensiblement, comme c'est le cas de la parité du dollar ou du yen avec le franc CFP. De même, le problème de la distance et donc du coût de transport et de la durée de vol est moins déterminant pour le marché américain ou le marché asiatique que pour le marché européen, plus éloigné de la Polynésie française.

Par ailleurs, les événements ou crises internationales n'ont pas les mêmes effets selon le marché émetteur considéré. Par exemple, alors que la reprise des essais nucléaires semble avoir ralenti la

² Contre 30% du PIB pour les versements publics de la Métropole

³ Un touriste rapporte en moyenne 1200 euros à la Polynésie française hors billet d'avion.

fréquentation touristique de l'ensemble des marchés (même si la fréquentation japonaise amorçait déjà une forte chute), l'effet des attentats du 11 septembre et de l'arrêt des deux paquebots a surtout été visible sur le marché américain.

- La **distance** peut être un paramètre plus contraignant pour le marché européen que pour les marchés plus proches comme les Américains ou les Japonais pour lesquels un voyage vers Fidji ou les Maldives (une escale pour les japonais) est plus long que vers Tahiti. Il reste donc à savoir si cet effet distance ainsi que le coût du transport et la durée de vol sont rédhibitoires pour les marchés les plus éloignés comme le marché européen. De plus, l'augmentation apparemment inévitable du coût du transport aérien imputable à l'enchérissement des hydrocarbures va-t-elle réduire le nombre de touristes en Polynésie française au profit de destinations plus proches ?
- Le **taux de change** du US dollar vis-à-vis du franc CFP n'est pas neutre sur l'évolution du nombre de touristes américains, en particulier lorsque les variations sont importantes comme elles le sont depuis quelques années, mais également sur celle des touristes européens qui vont arbitrer en faveur de la zone dollar.
- En termes de **transport**, la Polynésie française est la destination la plus chère pour le marché français quelle que soit la compagnie aérienne choisie.
- Que le touriste organise lui-même son séjour ou qu'il passe par un tour opérateur, la Polynésie française reste l'une des destinations les plus chères sur les différents marchés émetteurs. Néanmoins lorsque l'on considère uniquement **l'hôtellerie**, la Polynésie française n'est en moyenne pas plus chère que d'autres destinations, en particulier dans la catégorie des hôtels 4 étoiles.
- La différence de prix entre les **saisons** n'est pas suffisamment marquée pour attirer beaucoup plus de touristes en morte saison et lisser ainsi la fréquentation sur l'année. La structure des coûts, caractérisée par une proportion importante de masse salariale, réduit la flexibilité dans la détermination des prix.
- La **promotion touristique** n'apparaît pas un facteur déterminant en Polynésie française, dans le sens où chaque million dépensé pour la promotion (publique et privée) se traduit par un nombre beaucoup moins important de touristes en Polynésie française que dans d'autres pays ou îles. Il est fort possible que la relation entre promotion et flux touristique dépende d'autres variables comme la compétitivité de la destination. En d'autres termes, la promotion serait d'autant moins efficace ou moins rentable que la destination souffre à la base d'un manque de compétitivité.
- Ces comparaisons sont un peu moins défavorables à la promotion en Polynésie lorsque la proportion de « **repeaters** », qui n'est pas à négliger parmi les touristes qui se rendent à Hawaï ou à l'île Maurice, est prise en considération. Le ratio « nombre de touristes sur dépenses de promotion » (celles du GIE et celles des professionnels) reste encore inférieur à celui de Hawaï⁴ mais dans un rapport de 1 à 6 et non plus de 1 à 15⁵.
- Enfin, si le **soutien financier des pouvoirs publics** au secteur touristique semble avoir été très important, notamment sous forme de défiscalisation des investissements, son efficacité a été relativement limitée : sur la base des données disponibles, chaque million dépensé ces dernières années par les administrations publiques ou non perçu dans les recettes fiscales a « attiré » 8 touristes ou a « rapporté » 2 millions de recettes touristiques.

⁴ Données du Hawaii Visitors and Convention Bureau et « Private sector tourism spending » (2002, Peter G. Pan), www.state.hi.us/lrb/.

⁵ Comparé à l'île Maurice, le ratio passe de 1 sur 2,5 à 1 sur 2.

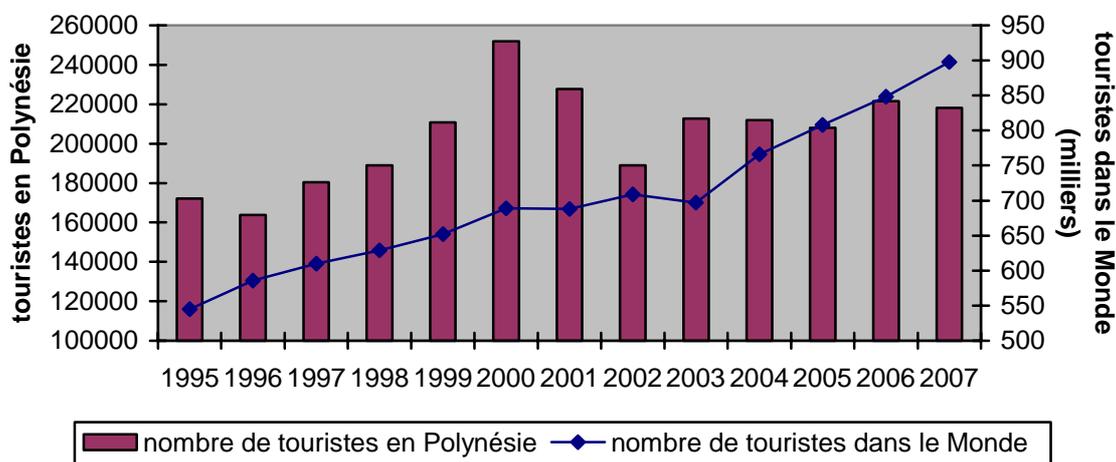
INTRODUCTION

Le secteur touristique de la Polynésie française constitue l'un des principaux secteurs économiques du Pays en termes stratégiques. En effet, le tourisme et les recettes qu'il génère permettent à la Polynésie française de gagner en autonomie sur le plan économique. C'est pourquoi depuis la mise en œuvre du Pacte de progrès, le gouvernement polynésien a favorisé ce secteur en dotant le Pays d'un office du tourisme en 1992, dans le but de favoriser la promotion touristique de la destination, d'une compagnie aérienne polynésienne, Air Tahiti Nui créée en novembre 1998, ou encore de différents moyens de soutien à l'investissement touristique privé, comme la « délibération Flosse » ou « défiscalisation locale » qui vient ainsi s'ajouter à la défiscalisation métropolitaine.

Toutefois, même si le tourisme améliore l'autonomie économique polynésienne, on s'aperçoit, à travers une analyse comparative avec les principales destinations concurrentes de la Polynésie française, qu'il ne tient pas une place très importante dans l'économie Polynésienne (en termes de PIB ou d'emplois par exemple).

Par ailleurs, du fait des performances plutôt médiocres de ce secteur durant ces six dernières années, en marge des évolutions touristiques remarquables dans le monde et dans la zone Asie-Pacifique, il est intéressant de se poser la question des déterminants spécifiques à l'évolution de la fréquentation touristique en Polynésie française, en distinguant facteurs exogènes et facteurs endogènes. En effet, en comparant l'évolution du tourisme mondial et celle du tourisme en Polynésie française, on constate que cette dernière ne suit pas tout à fait la tendance mondiale. Cela est particulièrement flagrant sur la dernière partie du graphique : alors que le tourisme mondial connaît une progression continue depuis 2003 de l'ordre de 7 % par an en moyenne, le tourisme en Polynésie française a connu un important ralentissement jusqu'à aujourd'hui, mis à part un léger sursaut en 2006. Cette observation laisse penser que le tourisme en Polynésie française ne dépend pas seulement de facteurs externes qui toucheraient l'ensemble des flux touristiques dans le monde, mais aussi de déterminants plus spécifiques à la Polynésie française et donc peut-être plus facilement maîtrisables, qui vont être mis en évidence dans cette étude.

Graph.1- Evolution du tourisme mondial et du tourisme en Polynésie française



Sources : ISPF, WTO

1. LE TOURISME EST-IL IMPORTANT DANS L'ÉCONOMIE POLYNÉSIEENNE ?

Dans la mesure où l'objectif final de ce document est l'étude des déterminants du tourisme en Polynésie française, cette première partie fait tout d'abord le point sur la place du tourisme dans l'économie Polynésienne en comparaison avec les principales destinations concurrentes de la Polynésie française.

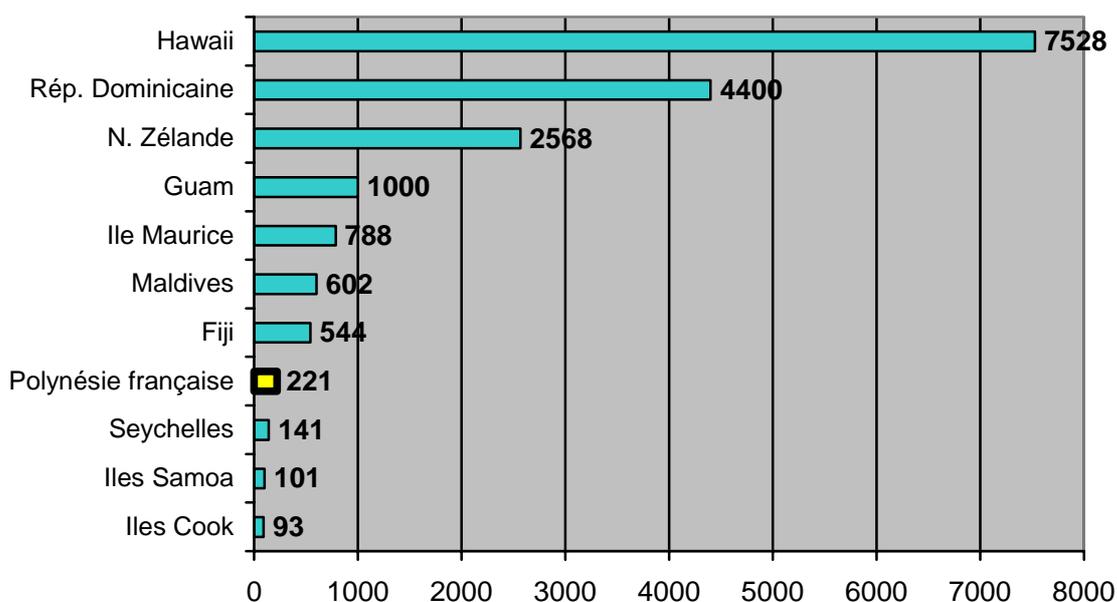
Les principales destinations concurrentes que nous avons retenues ici sont : Hawaï, l'Indonésie, les Fidji, les Seychelles, la République Dominicaine, les Maldives et l'île Maurice (selon les données disponibles). Nous avons également présenté une comparaison rapide avec plusieurs DOM-TOM pour plusieurs indicateurs relatifs à l'importance du tourisme dans l'économie.

1.1. Comparaison avec ses principaux concurrents

Pour effectuer cette comparaison, des destinations relativement semblables à la Polynésie française (îles en milieu tropical) et ciblant également les mêmes principaux marchés émetteurs ont été retenus : le marché américain (Hawaï, Maldives, Guam, Cook, Tonga, Samoa, Maldives), le marché français (les Seychelles, l'île Maurice, la République Dominicaine, les Maldives), et le marché japonais (les Maldives, les Fidji, Hawaï).

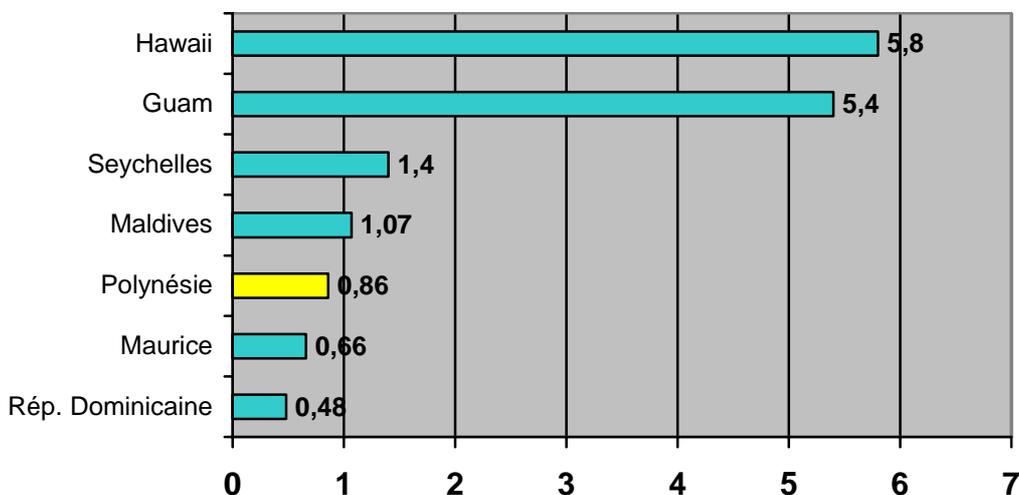
a. Comparaison en termes de flux touristiques

Graph.2- Nombre de touristes accueillis en 2006 (milliers)



On remarque que le nombre de touristes accueillis en volume en 2006 par la Polynésie française est l'un des plus faibles parmi l'ensemble des concurrents retenus ici.

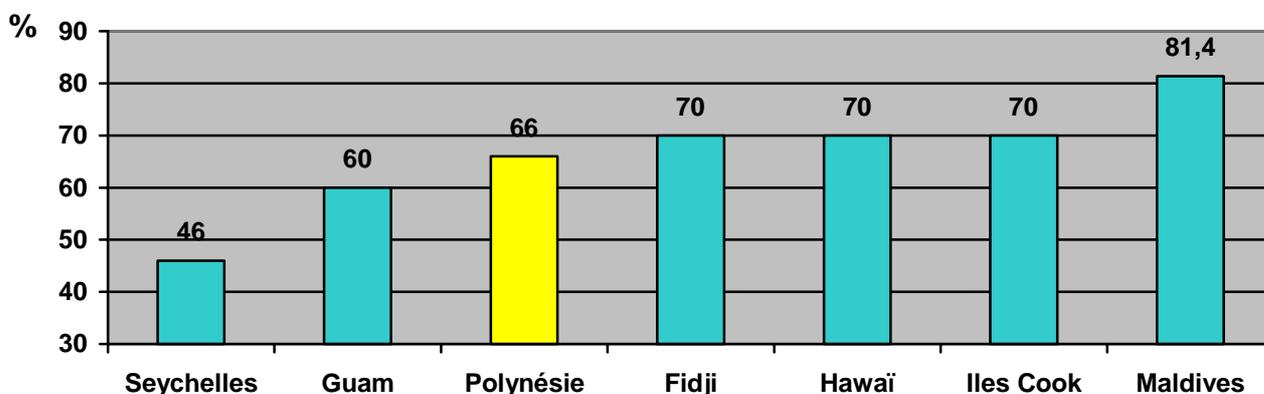
Graph.3- Nombre de touristes par habitant en 2006 (densité touristique)



Toutefois, lorsque l'on prend le nombre de touristes par habitant, le classement est différent. La densité touristique (0,86 touriste par habitant) est plus forte qu'à l'île Maurice ou qu'en République Dominicaine, mais plus faible qu'à Hawaï, aux Seychelles ou aux Maldives. On peut donc considérer que **la Polynésie française correspond à une densité touristique moyenne.**

b. Comparaison des performances hôtelières

Graph.4- Coefficient moyen d'occupation des chambres en 2006

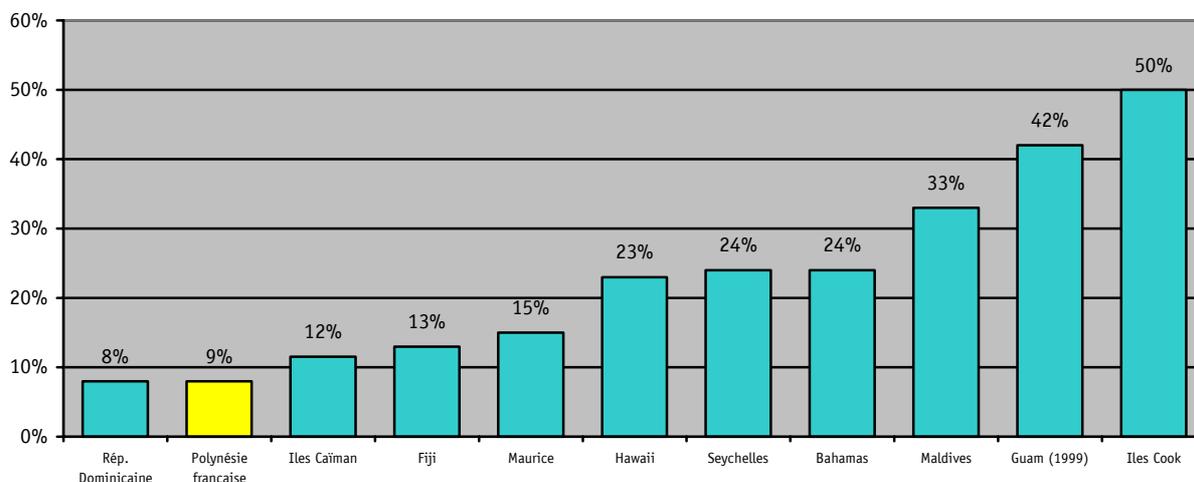


Sources : CPH, INSEE, ISEE, Ministères du tourisme et de l'aviation civile

Le coefficient moyen d'occupation est constitué par le rapport entre le nombre de chambres occupées et le nombre de chambres effectivement disponibles dans les hôtels. **Le coefficient moyen d'occupation des chambres de la Polynésie française semble être raisonnable au regard des autres destinations touristiques.**

c. Comparaison en termes de valeur créée

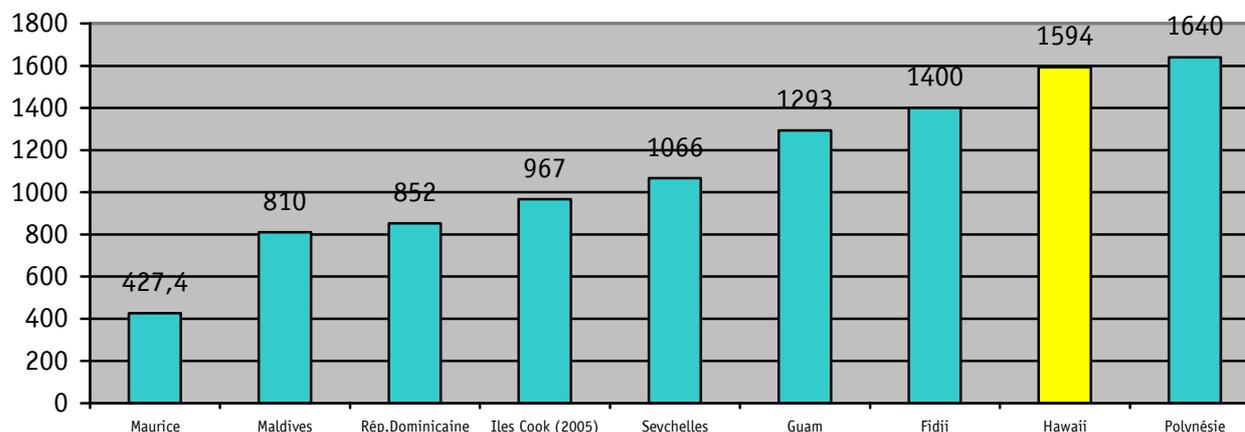
Graph.5- Ratio « recettes touristiques sur PIB » en 2006



Source : ISPF, World Travel Tourism Council et United Nations Economic and Social Commission for Asia and Pacific

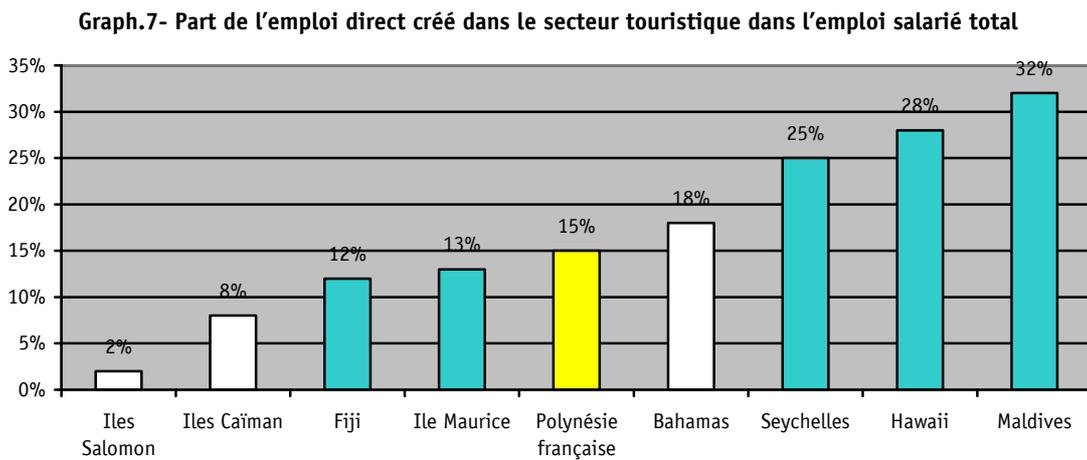
Bien que la densité touristique de la Polynésie française soit « importante », on remarque que **le secteur touristique, en termes de recettes, ne représente encore qu'un faible pourcentage du PIB de la Polynésie française**. Dans ce panel, c'est aux Iles Cook que la part du tourisme apparaît la plus importante puisque les recettes touristiques représentent 50 % PIB, suivi par Guam (42%) et les Maldives (33%), et 9 % seulement en Polynésie française.

Graph.6- Ratio « recettes touristiques (en USD) sur nombre de touristes » en 2006



Avec 1640 dollars de recettes touristiques par touriste en 2006, **la Polynésie française semble cependant jouir d'un secteur touristique particulièrement « rentable »** par rapport aux autres destinations concurrentes. En effet, un touriste rapporte environ deux fois plus à la Polynésie française qu'un touriste ne rapporte aux Maldives et quatre fois plus qu'un touriste ne rapporte à Maurice. Ce résultat provient du fait que **le tourisme polynésien est essentiellement un tourisme de luxe dont les prestations proposées sont relativement chères**. Ce classement pourrait ne pas être aussi favorable à la Polynésie française si les comparaisons s'effectuaient en parité de pouvoir d'achat ou si on déduisait des recettes touristiques l'ensemble des consommations intermédiaires importées.

d. Comparaison en termes de création d'emplois



Source : ISPF, World Travel and Tourism Council

On constate également qu'en Polynésie française le secteur touristique au sens large (employés des hôtels et pensions, des prestataires et agences de voyage et salariés de ATN) ne représente que 15 % de l'emploi salarié total, contre 32% pour les Maldives, 28 % pour Hawaï ou 25% pour les Seychelles.



Avec des recettes touristiques représentant seulement 9 % du PIB et 15 % de l'emploi salarié, l'économie polynésienne n'apparaît pas une « économie touristique »⁶ lorsqu'on la compare aux autres destinations qui lui font concurrence.

A la différence d'une grande partie des pays de comparaison, l'économie polynésienne est fortement dépendant des versements publics de la Métropole qui représentent 30% du PIB. Les effets multiplicateurs de ces transferts sur l'économie ont plutôt favorisé les secteurs de demande locale au détriment des secteurs d'exportations de biens et services, dont le développement s'est avéré ainsi moins crucial pour l'équilibre de la balance courante et pour satisfaire les besoins d'importations.

On constate néanmoins que Hawaï et Guam ont, malgré l'existence de versements publics relativement importants (respectivement 8% et 30% du PIB), réussi à développer une véritable industrie touristique dont les recettes représentent environ 23% et 42% du PIB.

Sources :

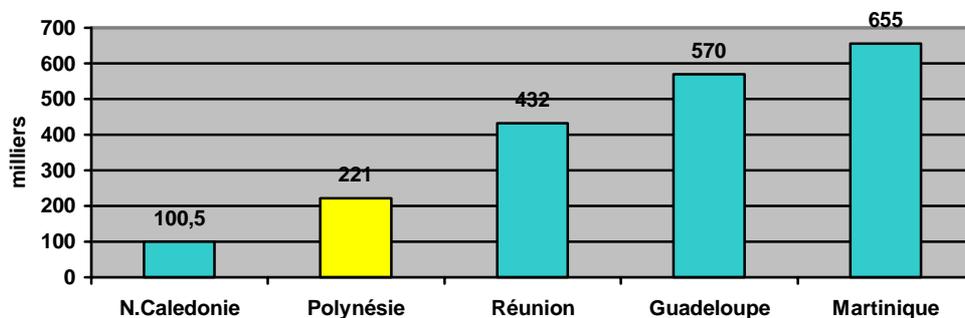
Bureau of Statistics and Plans of Guam
 Department of Immigration and Emigration of Maldives
 Fiji Islands Bureau of Statistics
 Gouvernement des Seychelles
 Hawaï State Department of Business, Economic Development & Tourism,
 INSEE
 ISEE
 Maldives Monetary Authority
 United Nations Economic and Social Commission for Asia and Pacific
 World Travel and Tourism Council
 Maldives Customs Service
 Ministry of tourism and civil aviation of Maldives
 Report on Visitor Arrivals to Indonesia
 SPTO

⁶ Il est vrai qu'une grande partie de l'activité économique s'explique par l'effet multiplicateur des versements publics de la Métropole qui induit

1.2. Comparaison avec les autres DOM-TOM

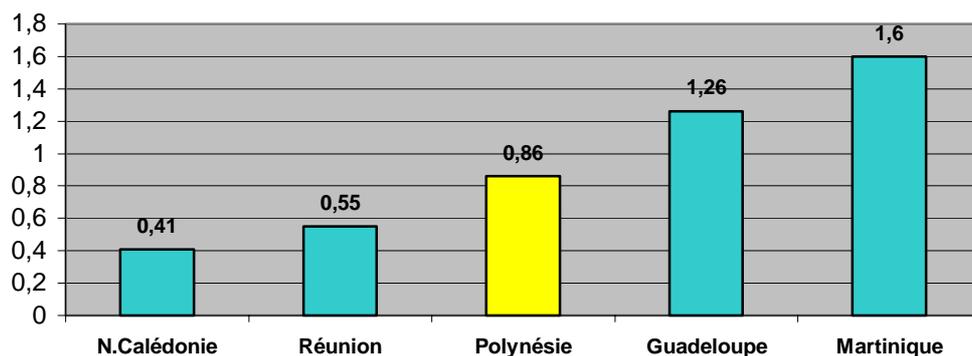
a. Comparaison en termes de flux touristiques

Graph.8- Nombre de visiteurs internationaux en 2006 dans les DOM-TOM



Parmi les principales collectivités de l'Outre-mer français, la Polynésie française se situe en avant dernière position concernant le nombre de visiteurs accueillis en 2006.

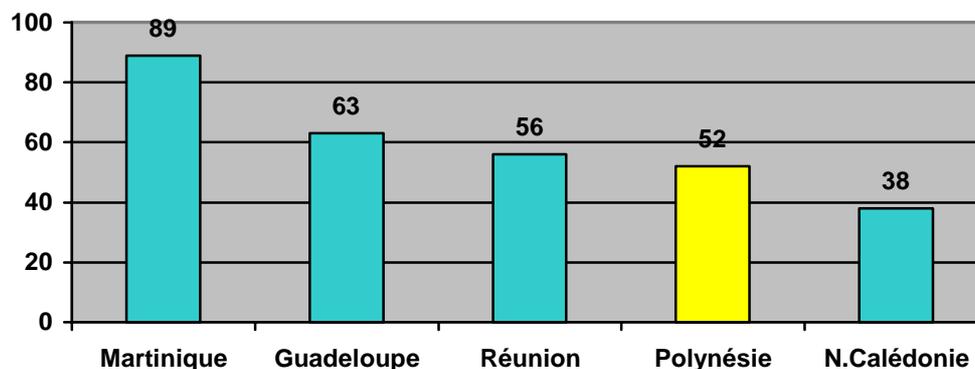
Graph.9- Nombre de visiteurs par habitant en 2006 dans les DOM-TOM (densité touristique)



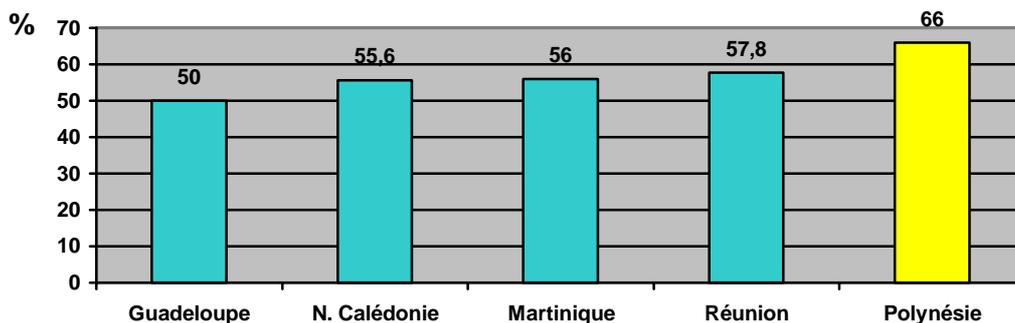
Lorsque l'on considère la densité touristique et non plus le nombre de visiteurs accueillis, le classement reste quasiment identique, il n'y a que la Réunion qui passe en plus derrière la Polynésie française.

b. Comparaison des performances hôtelières

Graph.10- Nombre d'hôtels classés en septembre 2007 dans les DOM-TOM

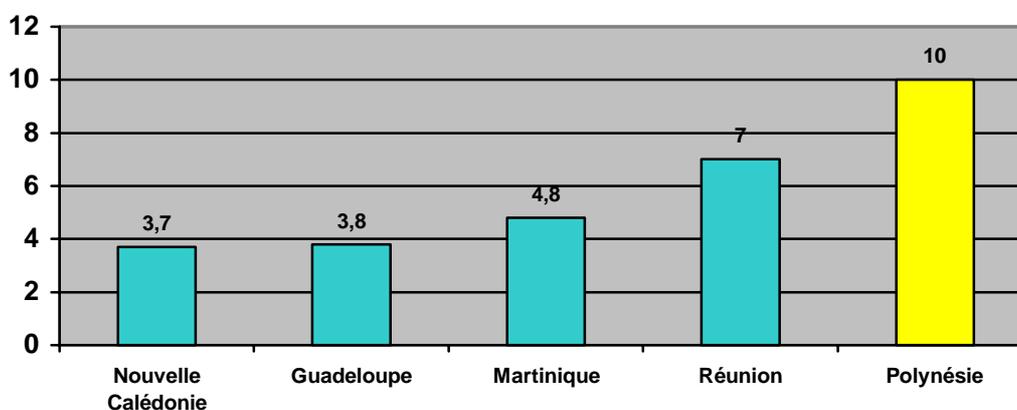


Graph.11- Coefficient moyen d'occupation des chambres en 2006 dans les DOM-TOM



Sources : CPH, INSEE, ISEE, Ministères du tourisme et de l'aviation civile

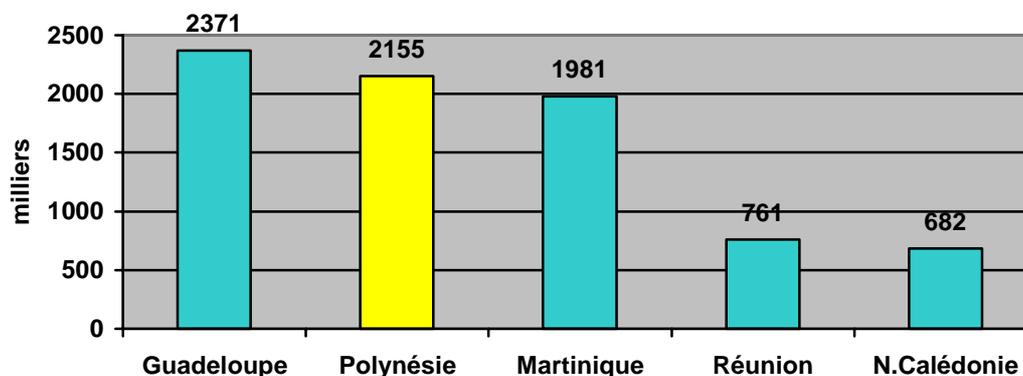
Graph.12- Durée moyenne de séjour en hôtel dans l'Outre-mer français en 2006



Sources : INSEE, ISEE, ISPF

La durée moyenne de séjour correspond selon l'INSEE au rapport du nombre total de nuitées sur le nombre total d'arrivées de clients hébergés pour l'année considérée. **C'est en Polynésie française que la durée du séjour en hôtel est la plus importante**, ce qui est logique puisque le voyage, long et cher, s'amortit dans la durée. A cet égard la véritable anomalie semble être le cas de la Nouvelle Calédonie dont la faible durée de séjour s'expliquerait par la part importante du tourisme de croisière et par la durée limitée de séjour des bateaux de croisière dans les eaux calédoniennes.

Graph.13- Nombre de nuitées hôtelières dans les DOM-TOM en 2006



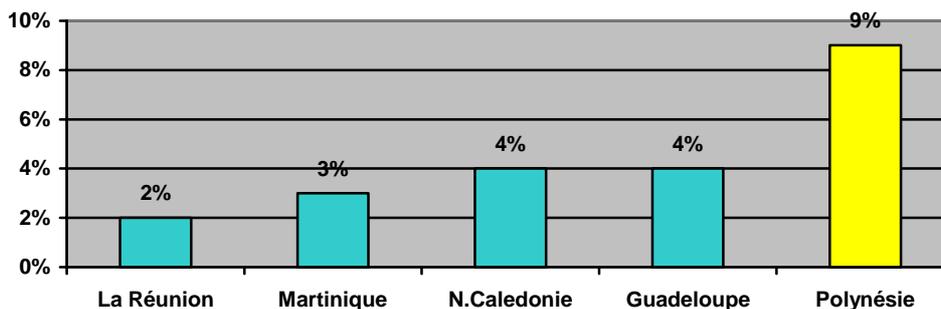
Sources : INSEE, ISEE

Les nuitées correspondent au nombre total des nuits passées par les clients dans les hôtels au cours du mois ; ainsi un couple séjournant 3 nuits consécutives dans un hôtel correspondra à 6 nuitées de même que 6 personnes ne séjournant qu'une nuit.

Bien que la Polynésie française soit l'une des destinations qui reçoit le moins de visiteurs chaque année (relativement aux autres DOM-TOM), elle connaît un nombre de nuitées hôtelières plutôt important (la Polynésie française se classe deuxième parmi les DOM-TOM considérés ici). Ce résultat s'explique aisément par la durée de séjour particulièrement longue en Polynésie française.

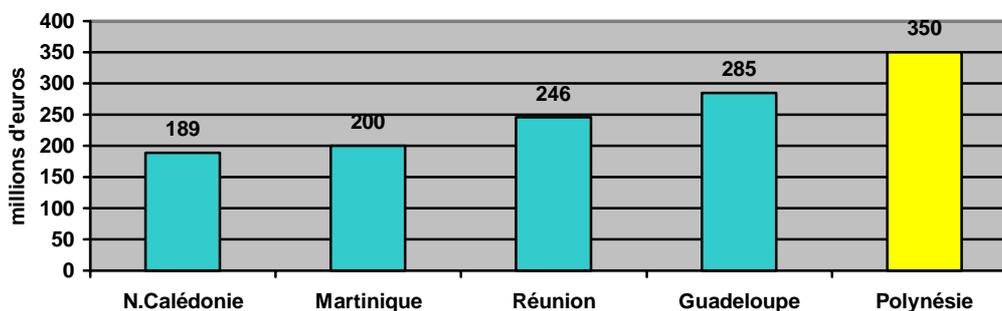
c. Comparaison en termes de valeur créée

Graph.14- Part du secteur touristique dans le PIB en 2006 dans les DOM-TOM



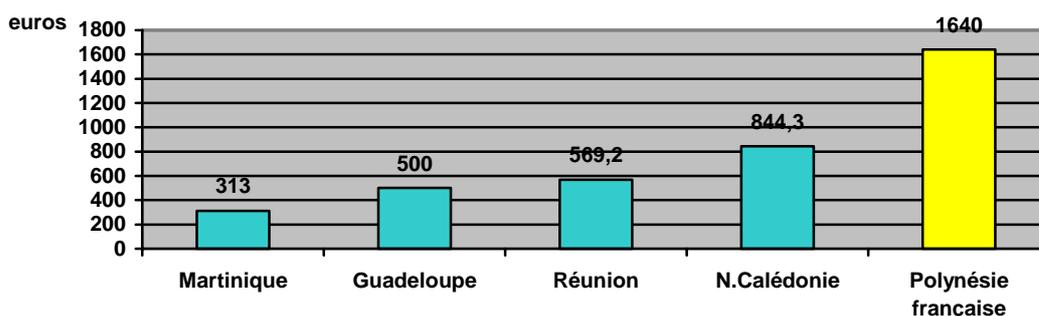
La part du secteur touristique dans le PIB de la Polynésie française est relativement élevée par rapport aux autres destinations.

Graph.15- Les recettes touristiques en 2006 dans les DOM-TOM



C'est en Polynésie française que les recettes touristiques semblent être les plus élevées, alors même que le nombre de touristes de la Polynésie française est l'un des plus faibles. Ce constat va dans le sens des effets conjugués d'une durée de séjour relativement élevé et de la présence d'un tourisme « de luxe », appelé aussi tourisme de « niche », aux tarifs relativement plus élevés. C'est ce qui est mis en évidence par le graphique suivant.

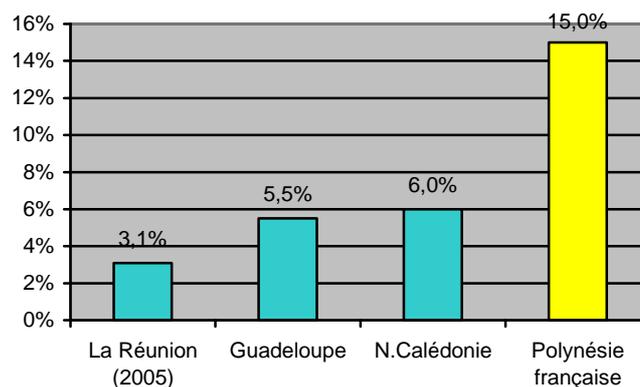
Graph.16- Ratio recettes touristiques/nombre de touristes en 2006 dans les collectivités françaises d'Outre-mer



En effet, le secteur touristique de la Polynésie française apparaît le plus rentable en comparaison du tourisme dans les autres économies dominiennes. Cependant, ce résultat peut-être biaisé vers le haut dans la mesure où l'on ne tient pas compte ici de l'importance des coûts d'exploitation particulièrement élevés en Polynésie française. Mais il peut être aussi sous-évalué dans la mesure où le secteur touristique en Polynésie française a bénéficié d'une importante aide de la Métropole sous forme de défiscalisation permettant d'améliorer la rentabilité des établissements.

d. Comparaison en termes de création d'emplois

Graph.17- Part des emplois relatifs au secteur du tourisme dans le total des emplois salariés en 2006 dans les collectivités françaises d'Outre-mer



Sources : INSEE, ISEE, IPSF.

La part des emplois liés au tourisme dans l'ensemble des emplois salariés apparaît bien supérieure en Polynésie française qu'en Guadeloupe et en Nouvelle-Calédonie, puisqu'elle avoisine les 15% lorsqu'on inclut non seulement l'emploi dans les hôtels et pensions, mais également dans les agences de voyage, chez les prestataires de services touristiques et le nombre d'employés dans la compagnie aérienne polynésienne (ATN).

Parmi l'ensemble des collectivités d'outre-mer, la Polynésie française apparaît la plus dépendante économiquement au tourisme même si elle attire moins de touristes que les Antilles ou la Réunion. En raison de la durée de séjour, particulièrement longue en Polynésie française, et de la présence d'une hôtellerie de luxe dominante, les recettes touristiques sont supérieures à celles générées en Guadeloupe, en Martinique ou à la Réunion.

Sources :

Comité du tourisme des îles de Guadeloupe

Comité du tourisme martiniquais

CPH

Felzines Cécile, 2007, « Le tourisme, perspective d'avenir de l'Outre-Mer français », Conseil Economique et Social.

INSEE

ISEE

Ministères du tourisme et de l'aviation civile

2. ANALYSE DE CERTAINS DETERMINANTS ECONOMIQUES DU TOURISME EN POLYNESIE FRANÇAISE

D'après la terminologie de Frechtling (1996), les déterminants du tourisme peuvent être classés en trois catégories : les déterminants répulsifs (« push factors ») qui incitent les individus à quitter leur pays d'origine (tels que la conjoncture internationale ou du pays en question) , les déterminants attractifs (« pull factors ») qui attirent les touristes vers telle ou telle destination (climat, relations commerciales ou culturelles fortes, lancement d'un programme de marketing, etc...), et enfin les déterminants de résistance («resistance factors ») qui freinent les flux touristiques entre le pays d'origine et de destination (prix, capacité d'accueil et de transport, distance, etc..).

Dans cette étude, l'accent est mis sur les déterminants attractifs et de résistance, et plus précisément sur ceux qui évoluent dans le temps et sur lesquels il est parfois possible d'agir. Les déterminants économiques potentiels retenus sont classés en deux groupes : les déterminants exogènes (la conjoncture internationale, le coûts du transport, le taux de change réel, les évènements répulsifs) et les déterminants endogènes (la compétitivité de la destination, la question de la coordination entre les capacités hôtelières et aériennes, ainsi que les dépenses de promotion et le soutien des pouvoirs publics).

Dans la mesure où ces déterminants peuvent avoir des effets différents selon les marchés émetteurs, l'étude a été segmentée selon les marchés émetteurs retenus.

Pour l'année 2000, la Polynésie française n'a pu comptabiliser ses touristes du fait d'un problème juridique sur les fiches statistiques aux frontières, dont la diffusion a alors dû être arrêtée. Le comptage a seulement eu lieu sur les quatre premiers mois de l'année durant lesquels il y a eu 75130 touristes avec la répartition suivante : 29,8 % de Français, 24,2 % de USA- HAWAÏ, et 7,5 % de Japonais.

Les 252 000 touristes sont une estimation faite à partir du dénombrement des passagers non résidents civils arrivés sur les compagnies aériennes.

2.1. Les déterminants exogènes :

a. La situation géographique de la Polynésie française

- *Une région tropicale*

La Polynésie française est située dans le sud du Pacifique à 17 000 km de l'Europe. Son climat est de type tropical et peut atteindre 3000 heures d'ensoleillement sur certaines îles qui constituent la Polynésie française (en particulier aux Tuamotu). Ainsi, malgré l'existence d'une saison des pluies de novembre à avril durant laquelle les températures sont parfois très élevées, la température moyenne est de 27° C, et celle de l'eau est de 25° C. La qualité de ce climat est un des facteurs majeurs d'attraction de la Polynésie française.

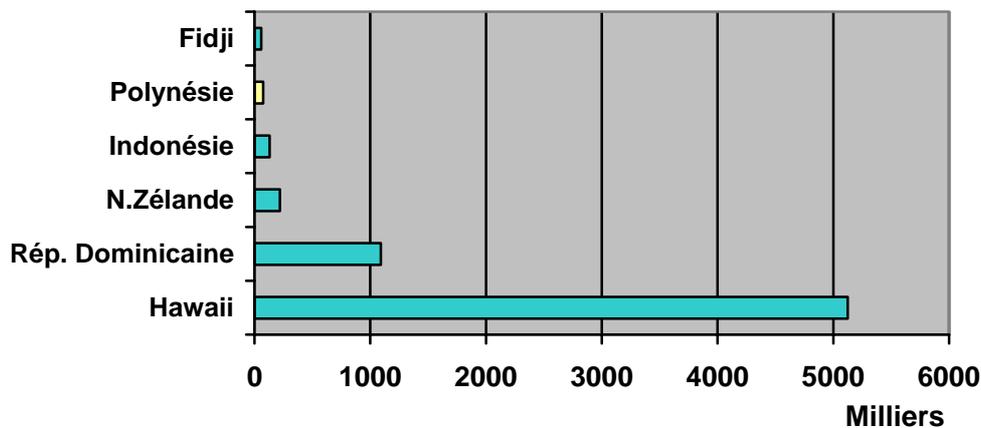
Cependant elle n'est pas la seule à bénéficier de conditions climatiques et naturelles aussi favorables. C'est pourquoi nous avons essayé de répertorier les destinations aux conditions relativement proches et qui attirent aussi une part des marchés émetteurs de la Polynésie française (Europe, Amérique du Nord, Asie). En effet, même si la Polynésie française jouit toujours de ses atouts (lagons turquoise, plages de sable blanc, végétation très développée) qui la font perdurer comme destination de « rêve », en allant même parfois jusqu'au mythe Polynésien, il semble que le fait de rester cantonner sur ces acquis ne suffise plus, d'autant plus lorsque la concurrence s'intensifie. Voilà pourquoi nous avons essayé de mettre en évidence les freins au tourisme Polynésien, en nous aidant pour cela d'une approche comparative avec les principales destinations concurrentes de la Polynésie française.

Les territoires insulaires, bénéficiant de lagons et parfois même de bungalows sur pilotis (comme c'est le cas pour les Maldives) ainsi qu'un climat agréable, c'est-à-dire des marchés ciblés par le tourisme Polynésie française, ont ainsi été sélectionnés.

Les principales destinations concurrentes de la Polynésie française pour le marché émetteur français sont par ordre d'importance: l'Île Maurice, la Guadeloupe, les Maldives, la Nouvelle-Calédonie, et les Seychelles. Pour le marché américain il s'agit de : Hawaï, la Nouvelle Zélande, l'Indonésie, et les Fidji. Enfin pour le marché japonais, les destinations concurrentes que nous avons prises en compte sont : Hawaï, l'Indonésie, Guam, la Nouvelle Zélande, les Maldives, la Nouvelle Calédonie, et les Fidji. Il ne s'agit évidemment pas de listes exhaustives, mais nous avons essayé de prendre en compte des destinations concurrentes qui soient relativement proches en termes de caractéristiques de la Polynésie française.

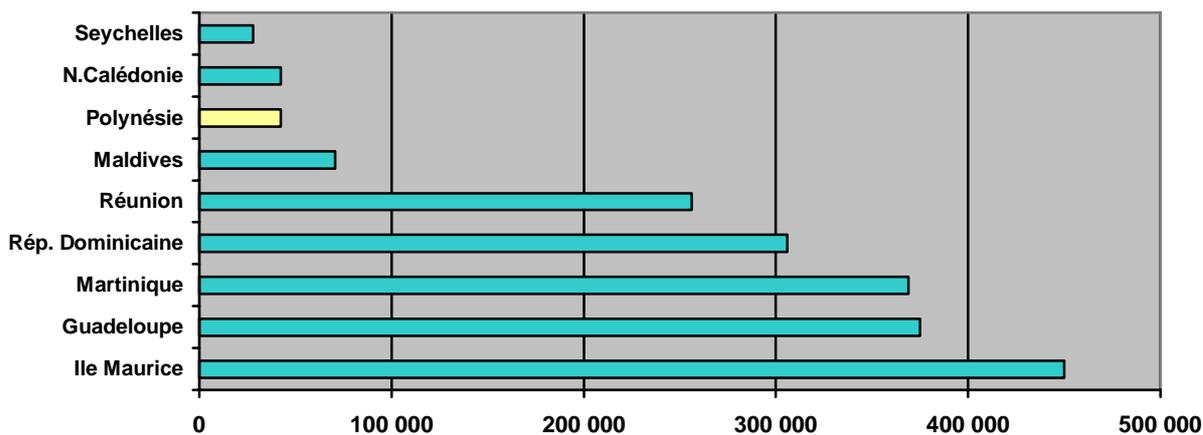
Destinations	Nombres de visiteurs en 2006 par nationalité		
	Etats-Unis	France	Japon
Fidji	58 323		23 400
Guadeloupe		374 913	
Guam			952 000
Hawaï	5 124 891		1 362 708
Indonésie	131 000		463 088
Maldives		43 627	42 081
Martinique		368 943	
Maurice		450 000	
Nouvelle Calédonie		42 322	29 685
Nouvelle Zélande	218 300		150 851
Polynésie française	74 458	42 397	22 882
République Dominicaine	1 092 317	306 002	
Réunion		256 144	
Seychelles		28 000	

Graph.18- Les destinations concurrentes sur le marché émetteur américain continental⁷

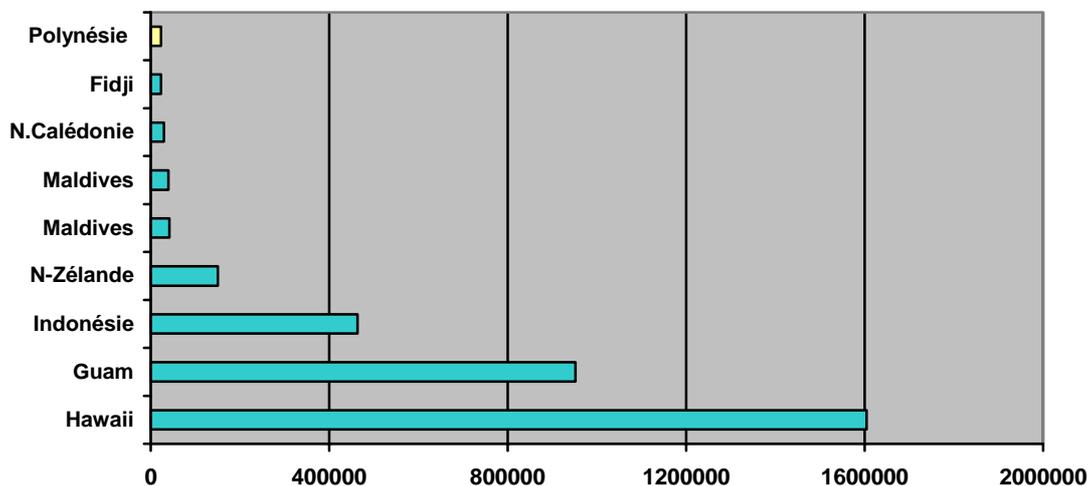


⁷ Dans la mesure où Hawaï est un Etat américain, il s'agit d'une destination concurrente un peu particulière.

Graph.19- Les destinations concurrentes sur le marché émetteur français en 2006



Graph.20- Les destinations concurrentes sur le marché émetteur japonais en 2006



- *Le problème de la distance*

Pour le marché français :

Trajet	Durée	Escales	Décalage horaire
Paris-St Domingue	8h30	x	-5/6h
Paris-Pointe a Pitre	8h40	x	-5/6h
Paris-Fort de France	8h50	x	-5/6h
Paris-Mahé (Seychelles)	9h35	x	+2/3h
Paris-Saint Denis	10h50	x	-2/3h
Paris-Maurice	11h	x	+2/3h
Paris-Malé (Maldives)	17h	2	+3/4h
Paris-Papeete	23h30	1	+11/12h
Paris-Nouméa	23h50	1	-9/10h
Paris-Nadi (Fidji)	34h	2	+10/11h

Pour le marché américain :

Trajet	Durée	Ecales	Décalage horaire
Los Angeles- Hawaï	5h50	x	+2/3h
Los Angeles-Papeete	8h30	x	+3h
Los Angeles-St Domingue	10h20	1	-4h
Los Angeles-Nadi (Fidji)	11h40	x	+2h
Los Angeles-N.Zélande	12h45	x	-19/20h

Pour le marché japonais :

Trajet	Durée	Ecales
Tokyo-Guam	3h35	x
Tokyo- Hawaï	6h50	x
Tokyo-Bali	7h35	x
Tokyo-Nouméa	8h45	x
Tokyo-N.Zélande	10h50	x
Tokyo-Papeete	12h	x
Tokyo-Malé	14h45	1
Tokyo-Nadi (Fidji)	17h10	1

Source : site internet www.kelkoo.fr

Il semble donc que **la question de la distance ne se pose pas de la même façon selon le marché émetteur considéré**. En effet, alors que la Polynésie française est l'une des destinations les plus éloignées pour les marchés français et japonais (parmi les autres destinations comparables et concurrentes), elle ne fait pas partie des destinations les plus éloignées pour le marché ouest-américain.

b. La conjoncture internationale

Pour mesurer l'effet de la conjoncture économique internationale, le PIB/tête moyen a été utilisé. Le nombre de touristes a été segmenté selon les principaux marchés émetteurs (France, Etats-Unis, et Japon) et nous nous sommes intéressés à l'effet de la conjoncture de ces zones spécifiques (PIB/tête moyen de cette zone particulière) sur l'évolution des flux touristiques (exemple : influence de la conjoncture économique française sur les flux touristiques France/Polynésie française). Il est en effet possible que les différents marchés émetteurs réagissent de façon différente à la conjoncture économique, ainsi la demande touristique d'origine métropolitaine pourrait être moins élastique à l'évolution de la conjoncture dans la mesure où le tourisme affinitaire est important entre la France métropolitaine et la Polynésie française.

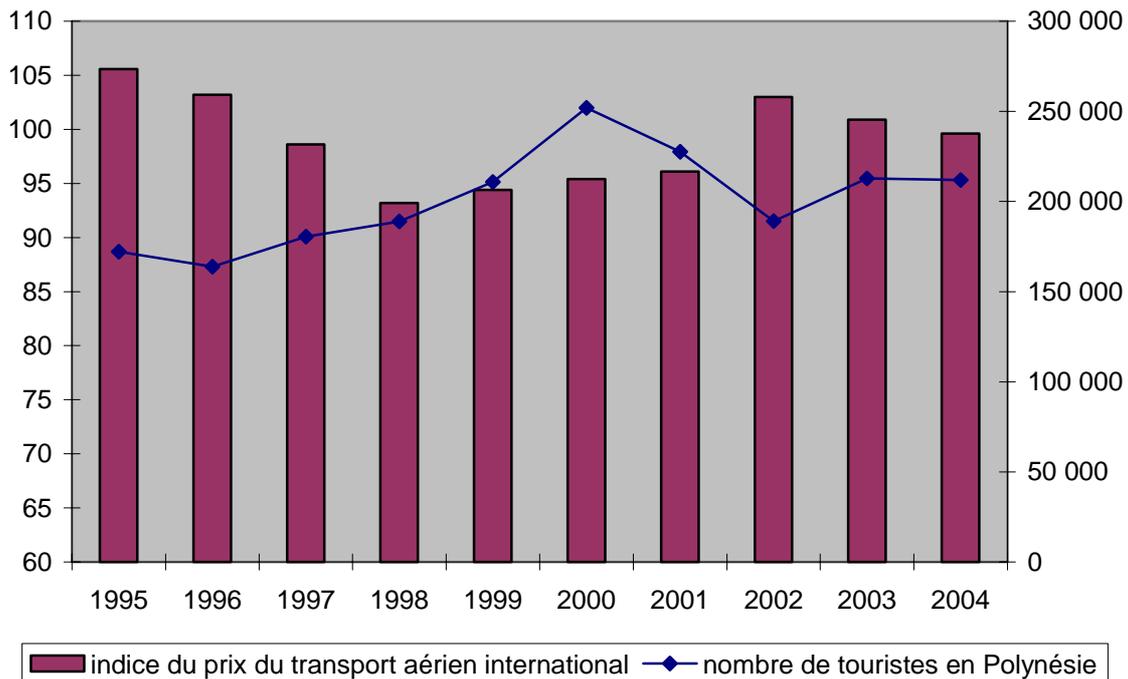
• ***L'effet du prix du transport***

On s'attend à ce qu'il y ait une relation inverse entre l'indice du prix du transport aérien international calculé sur le marché polynésien et la fréquentation touristique en Polynésie française.

Compte tenu de la concurrence entre les compagnies aériennes, l'hypothèse que les variations de prix proposés par les compagnies desservant la Polynésie française sont les mêmes quelque soit le port de départ, Los Angeles, Tokyo ou Paris, a été retenue.

Les années 2005 et 2006 ont été supprimées car il y a eu à partir de 2005 un changement de méthode de calcul de l'indice du prix du transport aérien international.

Graph.21- Prix du transport aérien et évolution du nombre de touristes en Polynésie française

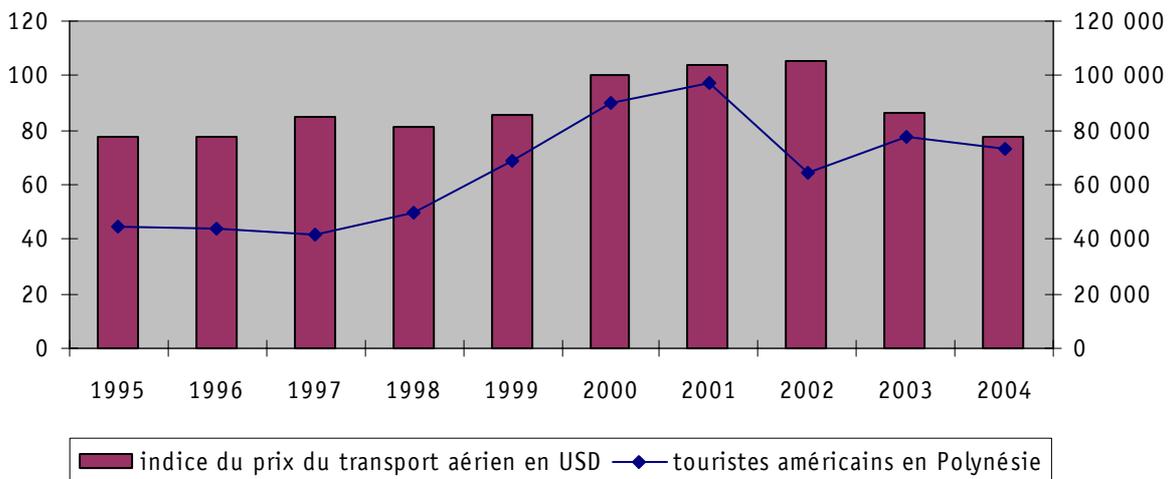


Source : ISPF

Ce graphique indique qu'il semble exister effectivement une certaine relation négative entre l'indice du prix du transport aérien et le nombre de touristes se rendant en Polynésie française chaque année. Il s'agit donc d'un effet prix classique. En effet, on constate à travers ce graphique que le nombre de touristes fréquentant la Polynésie française chaque année semble être négativement corrélé avec l'indice moyen annuel du prix du transport aérien international, ce qui est tout à fait en accord avec nos attentes.

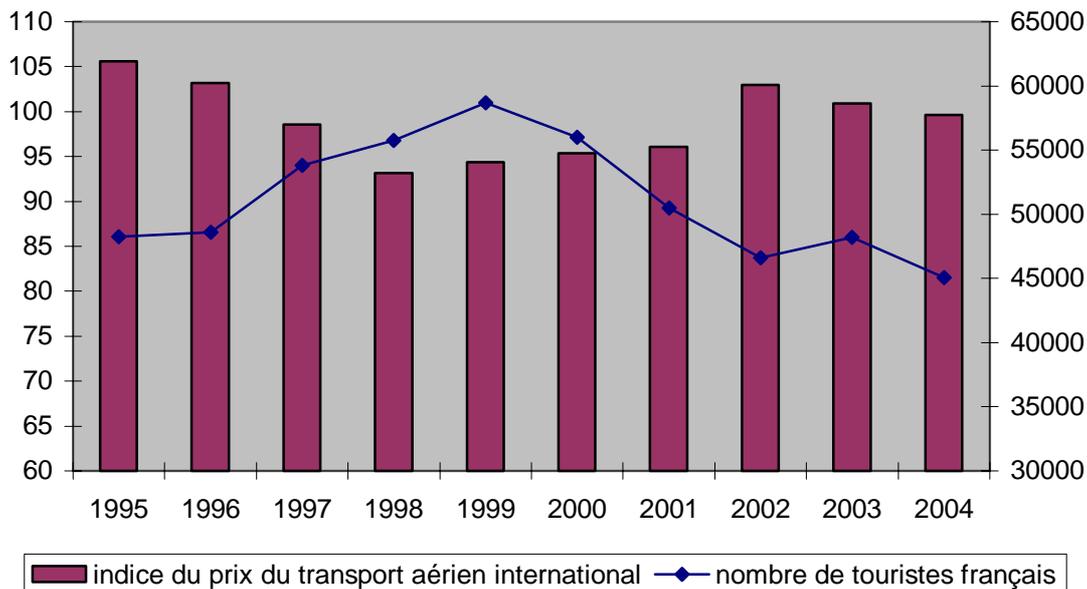
Il est cependant possible que l'élasticité-prix de la demande touristique soit différente selon le marché émetteur considéré. Afin d'explicitier ces éventuelles différences, le même graphique en prenant le nombre de touristes par marché émetteur a été réalisé.

Graph.22- Indice du prix du transport aérien en dollars et évolution du nombre de touristes américains en Polynésie française



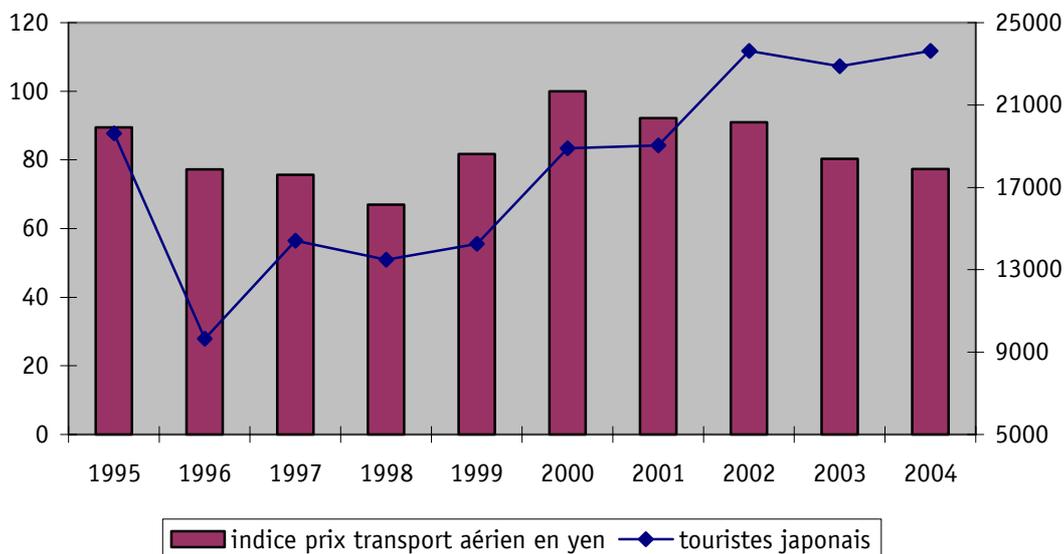
Dans le cas du marché américain, la relation négative n'apparaît quasiment jamais.

Graph.23- Indice du prix du transport aérien en F CFP et évolution du nombre de touristes français en Polynésie française



La relation négative entre l'indice du prix des billets d'avion long courrier en Polynésie française et le nombre de touristes est plus nette dans le cas du marché français. La disparition des deux compagnies « low cost » qui desservaient la Polynésie française jusqu'en 2002, à savoir Air Lib et Corsair, a été accompagnée par une diminution notable des touristes français.

Graph.24- Indice du prix du transport aérien en Yen et évolution du nombre de touristes japonais en Polynésie française



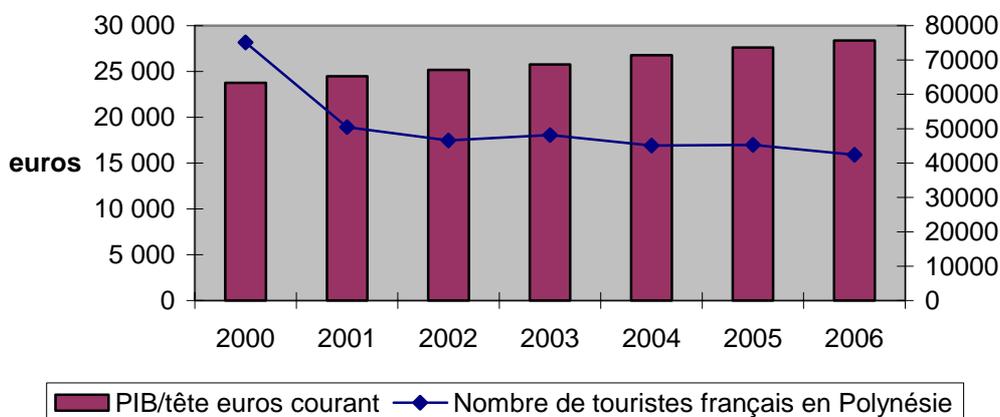
Dans le cas du Japon, la relation inverse entre l'indice des prix du transport et le nombre de touristes se rendant en Polynésie française n'apparaît pas.

Ainsi, si l'on observe une relation inverse entre le nombre de touristes total et l'indice du prix du transport aérien, cela semble provenir surtout du marché français. Les variations absolues du prix du transport ont probablement davantage d'effets sur les marchés les plus éloignés de la Polynésie française (la distance et le prix du billet d'avion étant plus élevé que pour les autres marchés, les variations du prix auront peut-être plus d'impact sur la fréquentation issue de ces marchés). Peut-être serait-il alors pertinent de se demander quelle stratégie adopter pour les marchés les plus éloignés qui seront proportionnellement plus impactés par le renchérissement du prix du kérosène et donc de celui du transport aérien.

- **L'effet de la conjoncture économique des pays d'origine**

On suppose ici qu'une conjoncture favorable au sein des marchés émetteurs (mesurée ici par l'évolution du PIB/habitant) permettra une augmentation du nombre de touristes originaires de ces marchés. En d'autres termes, on mesure l'incidence d'un effet revenu à travers la corrélation positive entre le PIB/tête du marché émetteur en question et le nombre de touristes issus de ce marché qui se rendent en Polynésie française.

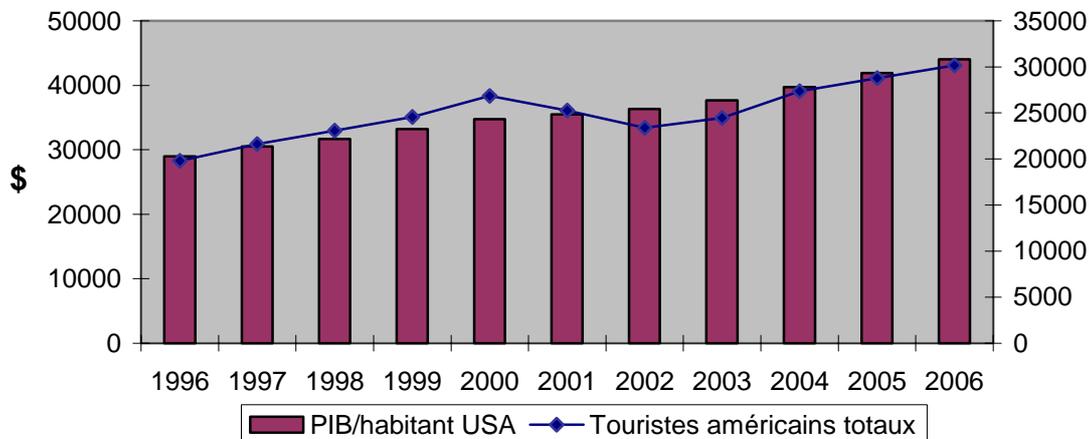
Graph.25- PIB/habitant courant de la France et nombre de touristes français en Polynésie française



Sources : INSEE, ISPF

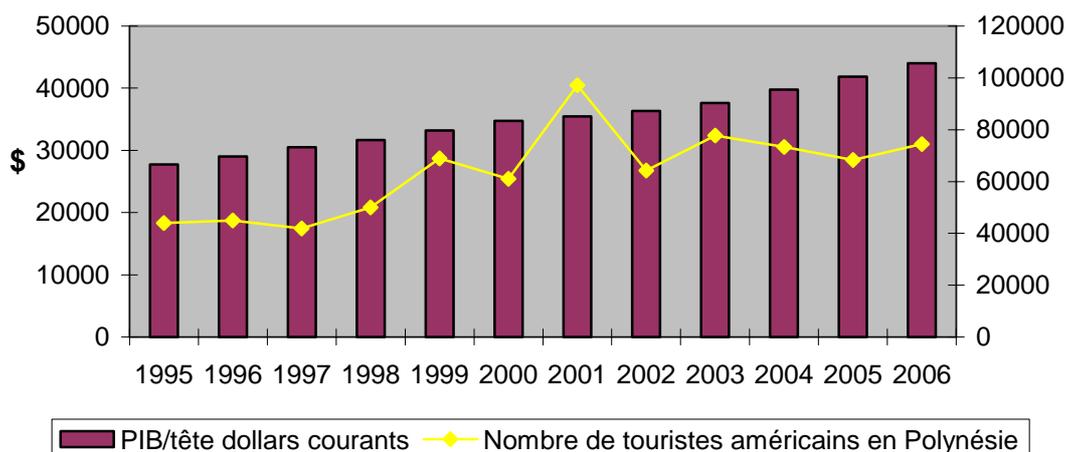
Le PIB/tête de la France ne semble pas du tout influencer sur la fréquentation des touristes français en Polynésie française. En effet, alors que la PIB/tête de la France a augmenté régulièrement depuis 2000, le nombre de touristes résidants en France et séjournant en Polynésie française a beaucoup diminué depuis 2000 (passant de 75096 à 42397 touristes par an). Le nombre de touristes français arrivant chaque année en Polynésie française semble donc être inélastique aux variations du PIB/tête de la France.

Graph.26- PIB/habitant courant des Etats-Unis et nombre de touristes totaux américains



Sources: Office of Travel and Tourism Industries, FMI

Graph.27- PIB/habitant des Etats-Unis et nombre de touristes américains en Polynésie française

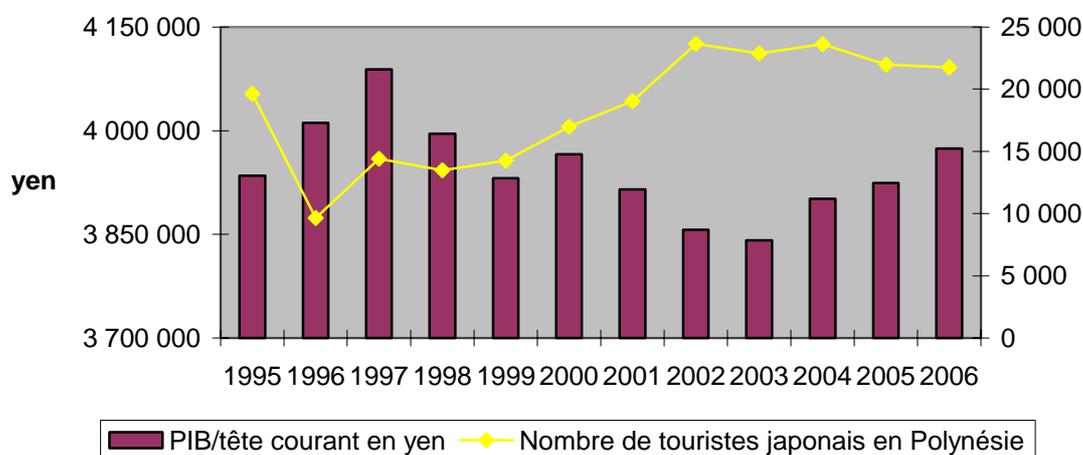


Sources : ISPF, FMI

Pour le marché américain, il existe une relation positive entre la relation le nombre total de touristes et le PIB/tête, relation qui n'apparaît pas aussi évidente lorsqu'on considère uniquement les touristes américains se rendant chaque année en Polynésie française.

Ainsi, on constate à travers ces deux graphiques que la conjoncture économique de la France, ou celle des Etats-Unis, a peu d'influence sur le nombre de touristes originaires de ces régions visitant la Polynésie française chaque année. Il se peut aussi que cela vienne du fait que l'évolution du PIB/tête ne soit pas assez importante pour que cela ait un quelconque effet sur la fréquentation de la Polynésie française par les touristes résidant dans ces pays (effets de seuil et d'amplitude des variations).

Graph.28- PIB/habitant du Japon et nombre de touristes japonais en Polynésie française



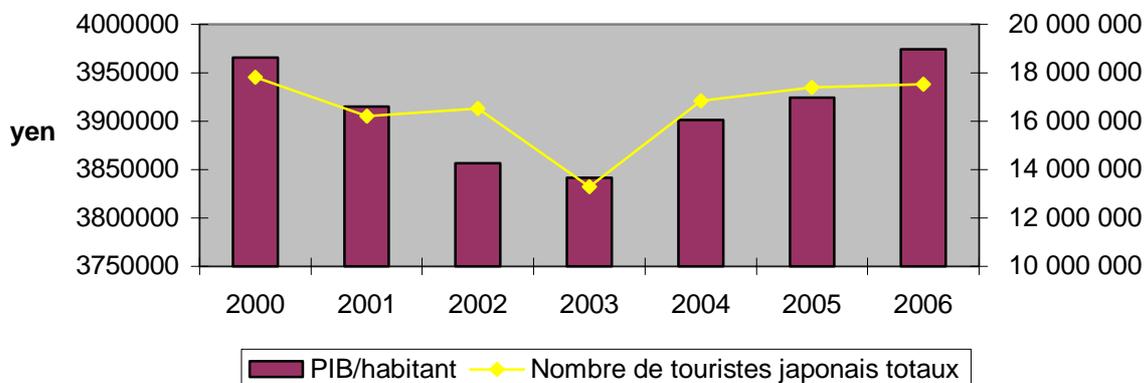
Sources : FMI, ISPF

De même, la relation entre la conjoncture économique du Japon et la fréquentation touristique en Polynésie française n'apparaît pas. Ainsi, le nombre de touristes japonais fréquentant la Polynésie française semble être inélastique aux variations de leur revenu par habitant.

Cela peut également s'expliquer par le fait que seules certaines catégories sociales peuvent partir en Polynésie française. Or, à partir d'un certain niveau de revenu, les variations de ce dernier n'ont pas d'influence sur le fait de partir ou non en vacances. Ce graphique semble illustrer le particularisme du tourisme en Polynésie française qui s'adresse à des clients à haut revenu pouvant s'offrir de longs séjours en hôtel de luxe.

Pourtant, la crise économique au Japon n'a pas été sans influence sur les séjours touristiques de ses ressortissants comme le montre le graphique ci-dessous. Cet effet n'aura simplement pas joué sur la destination Polynésienne en raison de son caractère « tourisme de niche » partiellement déconnecté des grands événements internationaux.

Graph.29- PIB/habitant du Japon et nombre de touristes totaux Japonais

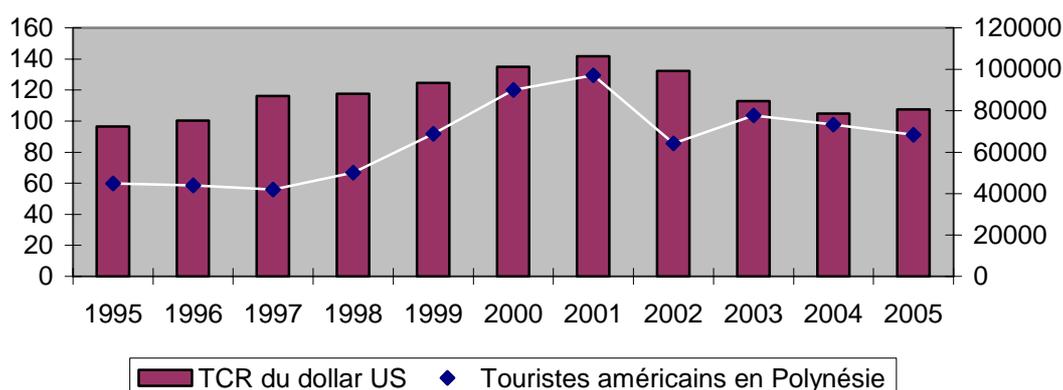


Sources : Japan Tourism Marketing Company, FMI

- **L'effet du taux de change réel**

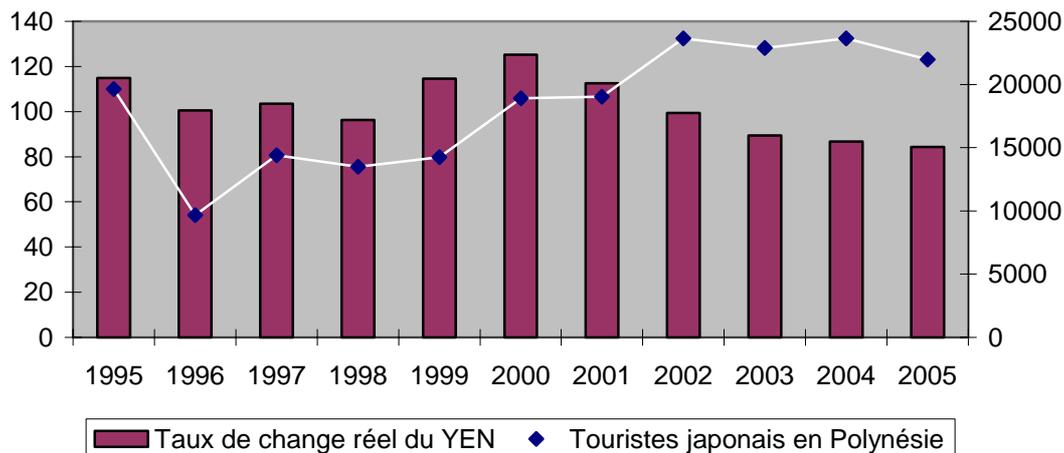
Le taux de change réel ou TCR permet de mesurer le pouvoir d'achat externe de la monnaie en question sur les biens étrangers. En utilisant cet indicateur cela nous **permet d'étudier l'effet du taux de change tout en tenant compte du différentiel d'inflation** entre la Polynésie française et les différents marchés émetteurs. Cet indicateur n'a été calculé que pour les marchés américains et japonais. Nous avons ainsi multiplié le ratio des indices des prix par le cours nominal de la devise correspondante par rapport au Franc CFP. Une augmentation de l'indice du taux de change réel indique une appréciation réelle de la devise correspondante, ce qui doit favoriser l'afflux de touristes étrangers.

Graph.30- Effet du taux de change réel dans le cas du marché américain



La corrélation positive entre l'évolution du taux de change réel du dollar US et le nombre de touristes américains se rendant chaque année en Polynésie française apparaît de façon assez claire sur ce graphique. Depuis le début de l'année 2007, on constate d'ailleurs une importante baisse de la fréquentation des touristes américains en Polynésie française, qui semble en partie s'expliquer par la faiblesse du dollar US.

Graph.31- Effet du taux de change réel dans le cas du marché japonais



La relation positive entre le taux de change réel et le nombre de touristes japonais n'est pas évidente. En effet, s'il semble y avoir une corrélation entre ces deux variables de 1995 à 2001, la relation s'avère moins vraie dans les années qui suivent.

c. Les évènements internationaux

• **Les évènements répulsifs**

Les évènements pouvant toucher l'ensemble des marchés émetteurs

- Les évènements en Polynésie française :

- **Septembre 1995 à Janvier 1996** : période d'essais nucléaires français en Polynésie française
- **6 septembre 1995** : Emeutes à l'aéroport Tahiti-Faa'a
- **1998** : arrivée du paquebot Paul Gauguin
- **1999** : arrivée des deux paquebots renaissance
- **2000** : fin de la liaison Australie-Polynésie française par la compagnie Quantas
- **septembre 2001** : suppression des deux paquebots Renaissance en Polynésie française (diminution des croisiéristes)
- **Décembre 2004** : défection du bateau de croisière Windstar
- **16 octobre 2005** : manifestations à Papeete pour exiger la dissolution de l'Assemblée Territoriale. S'ensuit une période de troubles politiques d'environ deux ans.

- Les évènements hors Polynésie française :

- **11 Septembre 2001** : attentats du World Trade Center
- **2003** : début de la guerre en Irak

Les évènements susceptibles de toucher les marchés de façon particulière

- Le marché japonais :

- **1997** : début de la crise économique asiatique
- **Janvier-Avril 2003** : la crise du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) en Asie

- Le marché américain :

- **Novembre 1996, 2000, 2004** : les élections américaines, susceptibles, d'après certains professionnels du tourisme, de freiner les départ en vacances des américains durant la période qui précède les élections

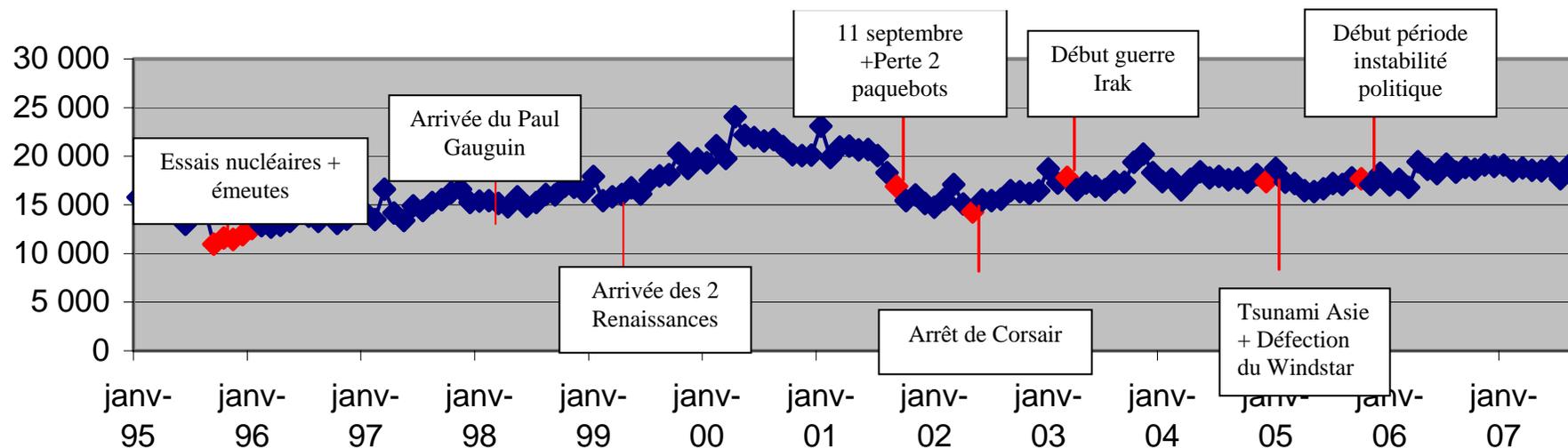
- Le marché français :

- **Mars 2002** : abandon de la ligne Papeete-Paris par la compagnie « low cost » Air Liberté
- **Mai 2002** : arrêt de la desserte par la compagnie « low cost » Corsair
- **Novembre 2005** : Mise en application des passeports biométriques pour l'escale aux E.U

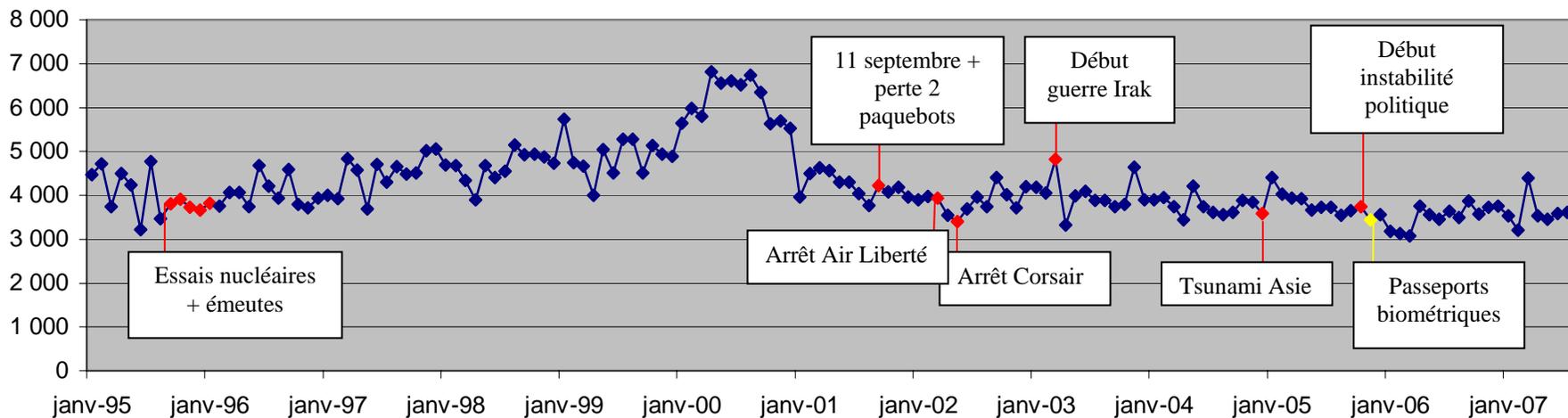
• **Les évènements favorables au tourisme en Polynésie française**

- **Mai 2000** : Coup d'Etat aux Fidji
- **26 décembre 2004** : Tsunami en Asie du Sud

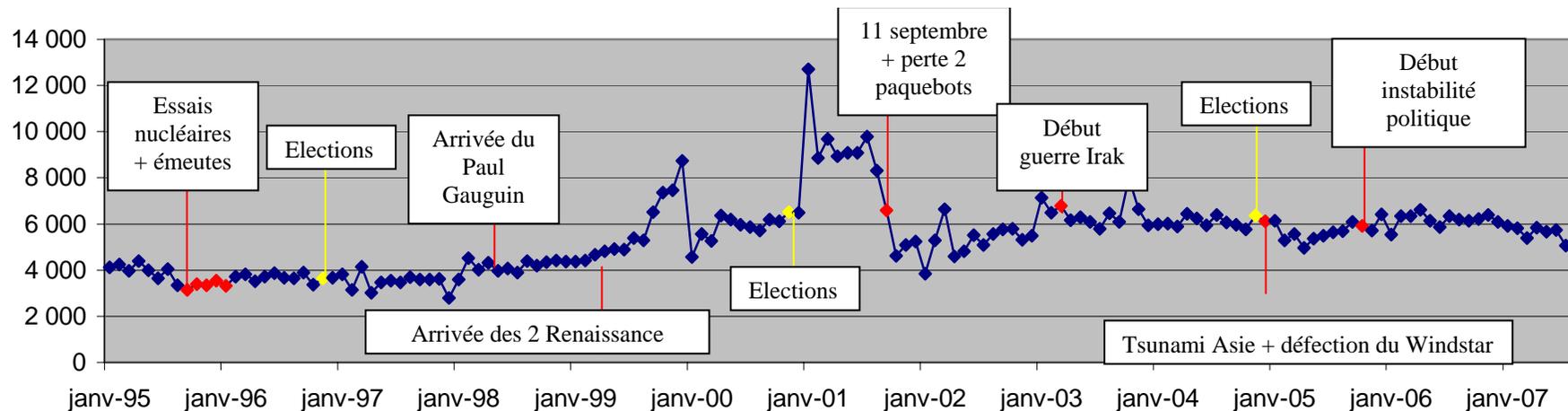
Graph.32- Evolution mensuelle du nombre de touristes internationaux



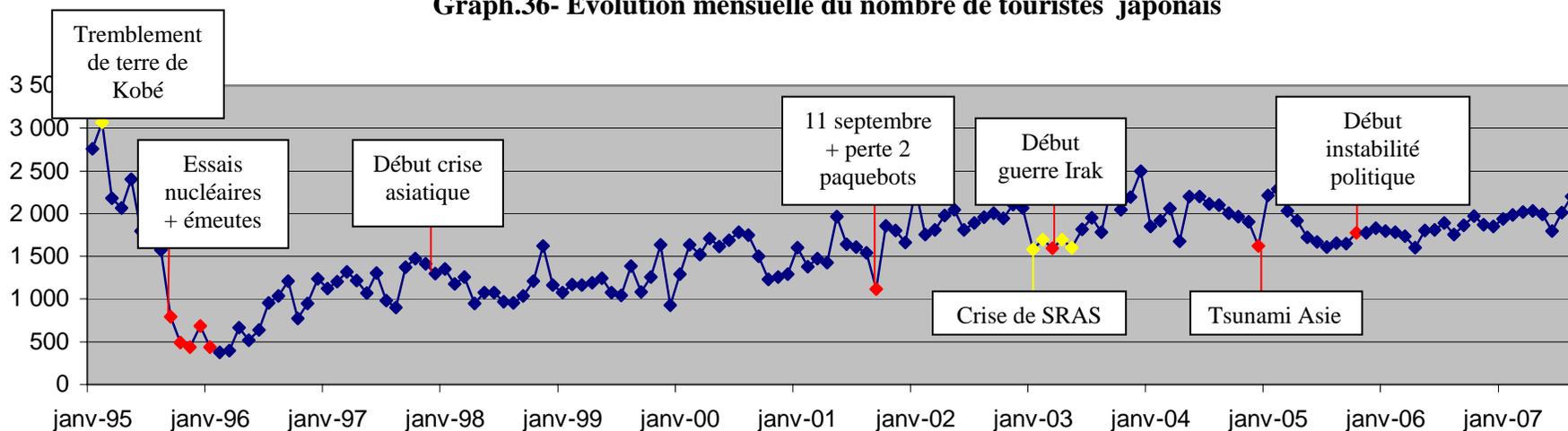
Graph.33- Evolution mensuelle du nombre de touristes français



Graph.35- Evolution mensuelle du nombre de touristes américains



Graph.36- Evolution mensuelle du nombre de touristes japonais



- ***L'impact des évènements répulsifs sur la fréquentation touristique internationale en Polynésie française :***

La relance des essais nucléaires français en Polynésie française est concomitante avec une baisse de la fréquentation touristique internationale. En effet, on observe que durant toute la période des essais nucléaires la fréquentation touristique est restée faible. Celle-ci a été relancée dès la fin des essais.

On remarque également que les attentats terroristes du 11 septembre 2001 ont provoqué une diminution importante du nombre des touristes arrivant en Polynésie française. Toutefois, cette chute significative de la fréquentation de touriste en Polynésie française en 2001 peut également provenir du retrait des deux paquebots Renaissance en Polynésie française qui a fait chuter le nombre de croisiéristes. On peut ajouter à ces évènements également le rôle joué par la disparition de la compagnie « low cost » Air Liberté. Car en effet, les attentats du 11 septembre ne peuvent expliquer totalement cette baisse du tourisme comme en témoigne le graphique 1, qui montre que la diminution du tourisme mondial suite aux attentats a été plutôt temporaire alors qu'elle s'est révélée plutôt durable dans le cas de la Polynésie française. D'autres évènements propres à cette dernière, tels que le départ de deux importants bateaux de croisières a également joué.

Par contre, la période d'instabilité politique observée en 2005 ne semble pas avoir eu d'impact sur l'évolution du tourisme en Polynésie française.

- ***L'impact des évènements répulsifs sur les touristes selon leur pays d'origine :***

Il est évident que les différents évènements cités n'ont pas eu tous le même effet selon le marché émetteur considéré.

Alors que la période d'essais nucléaires semble avoir ralenti la fréquentation touristique de l'ensemble des marchés (même si la fréquentation japonaise amorçait déjà une forte chute), l'effet des attentats du 11 septembre et de l'arrêt des deux paquebots a surtout été visible pour le marché américain. La baisse de fréquentation du marché français amorcée durant cette période semble être plutôt due à l'arrêt de la desserte opérée par la compagnie Air Liberté et à la diminution des vols effectués par la compagnie Corsaire (qui disparaîtra de la Polynésie française en Mai 2002).

Il y a également des évènements propres à certains marchés émetteurs qui ont eu un effet néfaste sur le nombre de touristes originaires de ces marchés. On peut prendre l'exemple frappant du tremblement de terre de Kobé de 1995, ou celui plus récent de la crise de SRAS qui a sévi au Japon durant le début de l'année 2003. Par contre, la période préélectorale ne semble pas être une cause de repli du tourisme américain.

La chute du tourisme français au début de l'année 2006, pourrait également s'expliquer par la mise en application des passeports biométriques, difficilement délivrés et indispensables, faute de visa, pour faire escale aux Etats-Unis.

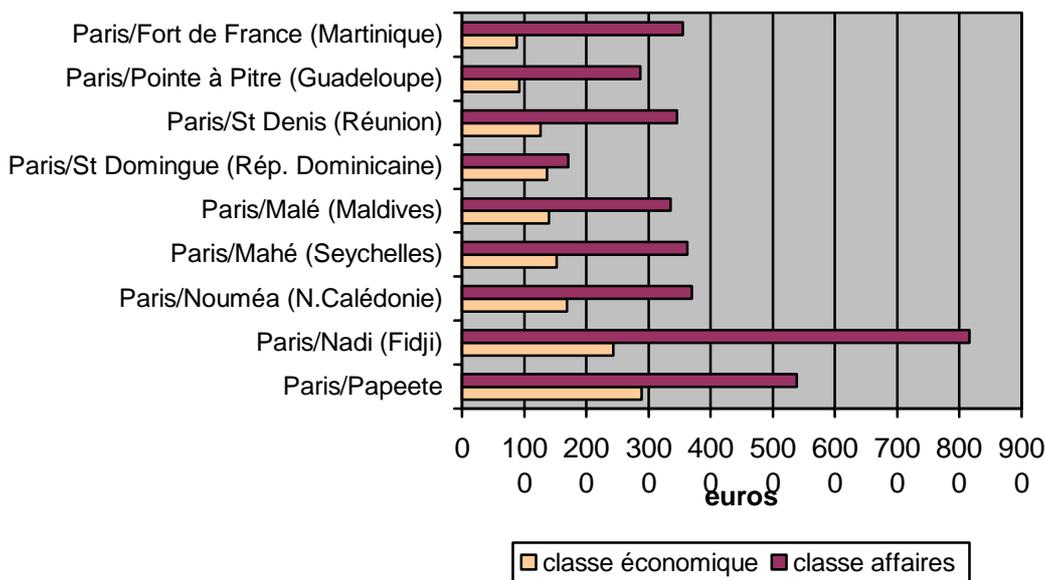
3. LES DETERMINANTS ENDOGENES :

a. La compétitivité

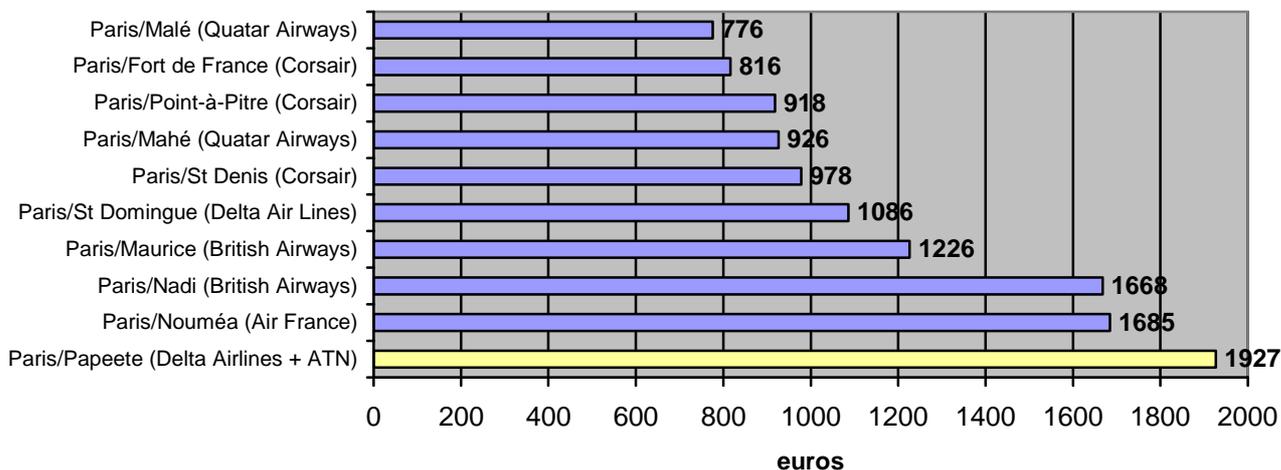
- **Le problème du coût du transport :**

Le cas du marché français :

Graph.37- Tarifs Air France aller-retour août 2008



Graph.38- En prenant la compagnie la moins chère (classe économique, août 2008)

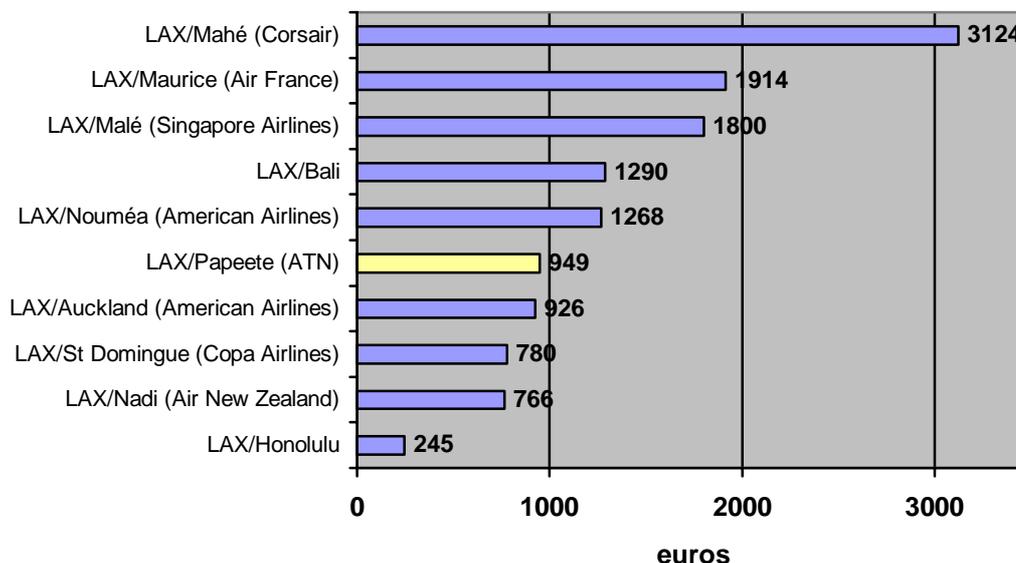


Source : site internet www.kelkoo.com

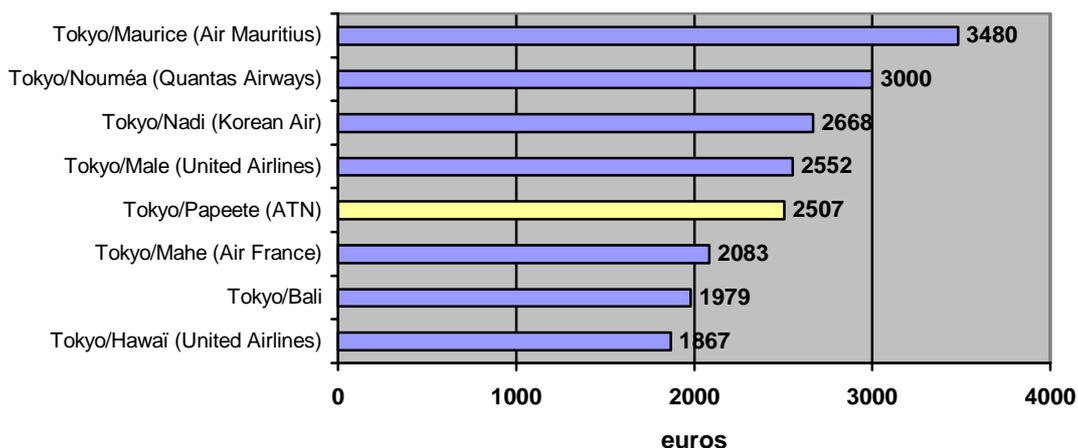
Il est flagrant que dans le cas du marché français (principal marché émetteur du tourisme en Polynésie française), la Polynésie française reste la destination touristique la plus chère parmi l'ensemble de ses destinations concurrentes. Ce résultat est observable que l'on prenne en considération la principale compagnie française (Air France) ou la compagnie proposant le vol au plus bas prix pour chacune des destinations.

Le cas des marchés américain et japonais :

Graph.39- Prix du vol aller-retour le moins cher au départ de Los Angeles pour août 2008



Graph.40- Prix du vol aller-retour le moins cher au départ de Tokyo pour août 2008



Pour les autres marchés émetteurs, le coût du transport ne semble pas constituer un frein au départ vers la Polynésie française puisque celle-ci ne constitue pas en général une destination plus chère que ses destinations concurrentes.

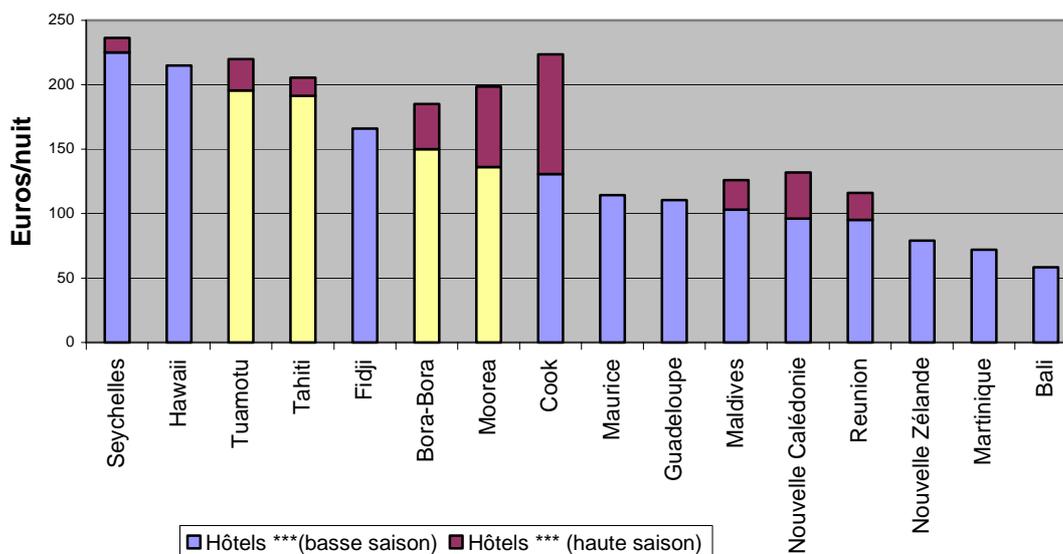
Ainsi on remarque que pour ce qui est des trois principaux marchés émetteurs de la Polynésie française que sont les Etats-Unis, la France et le Japon, **le coût du billet d'avion pour la Polynésie française est prohibitif seulement pour le marché français** (par rapport au prix des billets aller-retour pour aller vers les destinations concurrentes). Par contre **pour le marché émetteur américain, le billet d'avion pour la Polynésie française n'est pas plus cher que celui pour les Seychelles ou les Maldives**. Il reste toutefois presque quatre fois plus élevé que le prix d'un billet aller-retour pour Hawaï (du fait de la différence de distance, et de la concurrence plus faible).

• **La compétitivité hôtelière**

Comparaison en termes de prix par nuit :

L'un des principaux a priori que l'on peut avoir sur la destination Polynésienne est la cherté de son hébergement. Pour le vérifier, nous avons comparé le prix d'une chambre de même catégorie en Polynésie française et ailleurs, afin de voir si cette idée est ou non préconçue. Les tarifs indiqués ci-dessus correspondent à une chambre, une suite ou un bungalow pour deux personnes hors taxes.

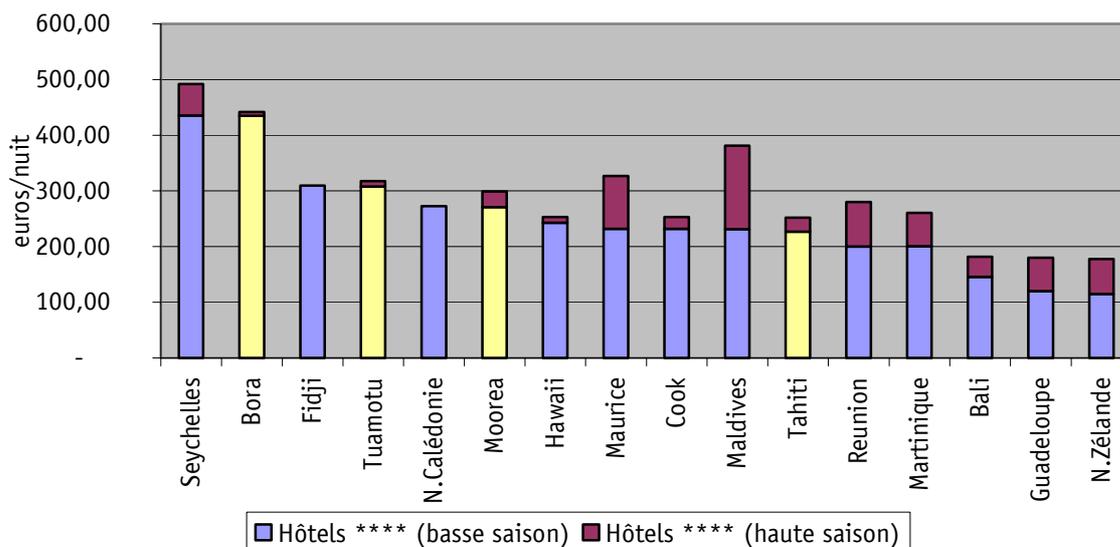
Graph.41- Prix moyen par nuit des hôtels * en basse et haute saison**



Les basses et hautes saisons sont bien sûr différentes selon les destinations (selon qu'elles se trouvent dans l'hémisphère nord ou sud).

Concernant les hôtels***, la Polynésie française semble avoir des tarifs/nuit plutôt élevés mais comparables à d'autres destinations concurrentes telles que Hawaï ou Fidji, et même moins élevés que ceux pratiqués en moyenne aux Seychelles. Par contre, les hôtels*** polynésiens semblent être en moyenne beaucoup plus chers que les établissements mauriciens ou dans les structures comparables de la plupart des DOM.

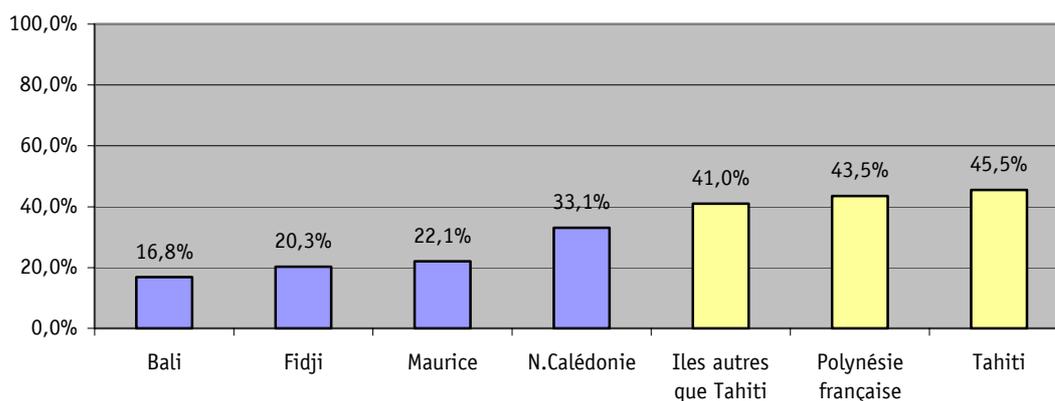
Graph.42- Prix moyen par nuit des hôtels **** en basse et haute saison



Pour ce qui est des hôtels****, les prix polynésiens n'apparaissent pas significativement plus élevés que ceux des destinations concurrentes, à l'exception de Bora Bora, la Perle du Pacifique. En effet, les tarifs des établissements des Tuamotu ou de Moorea se situent dans la moyenne de ceux des établissements comparables de Fidji, d'Hawaï, de l'Île Maurice ou des Maldives. Il est vrai néanmoins, que c'est Bora Bora qui attire un grand nombre de touristes en Polynésie française et le prix d'une nuit dans un hôtel**** de la « Perle du Pacifique » y est environ 25 pourcents plus élevé que dans les autres îles Polynésiennes, ainsi qu'à Fidji et à Hawaï. Il est aussi environ deux fois plus élevé qu'à la Réunion, à la Martinique, ou à l'Île Maurice, et environ quatre fois plus élevé qu'à la Guadeloupe, à Bali, ou en Nouvelle Zélande.

Spécificité Polynésienne, l'écart entre prix de basse et de haute saison est relativement faible par rapport à ce que l'on observe ailleurs. Ainsi, alors que les destinations concurrentes sont capables de véritablement casser leurs prix en basse saison, la flexibilité des prix en Polynésie française bute sur l'importance relative de la masse salariale dans l'ensemble des coûts de fonctionnement comme le montre le graphique ci-dessous, et, plus marginalement, par le prix élevé des produits importés.

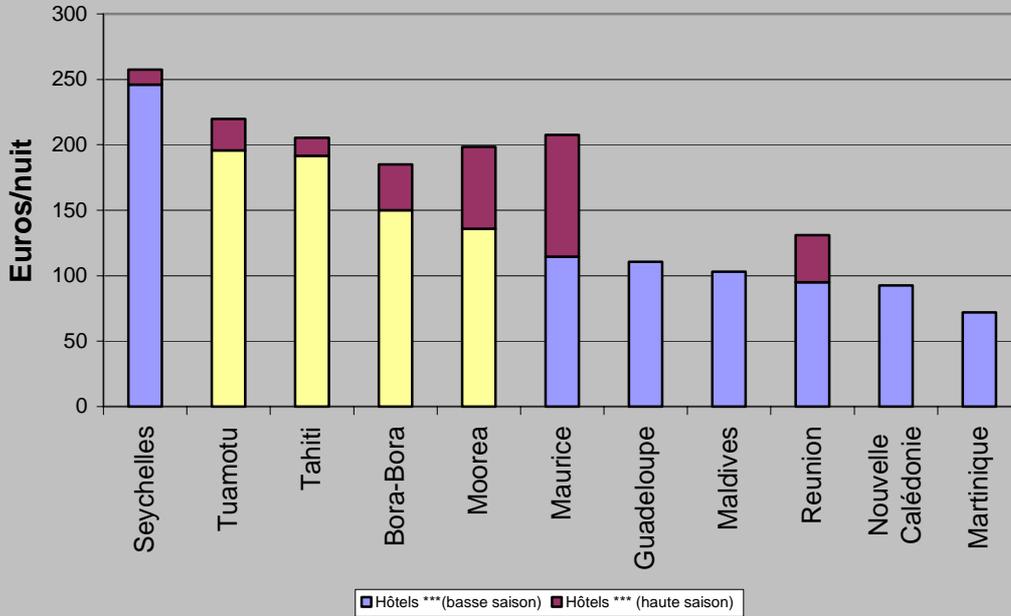
Graph.43- Masse salariale en % du chiffre d'affaire



Source : South Pacific Management

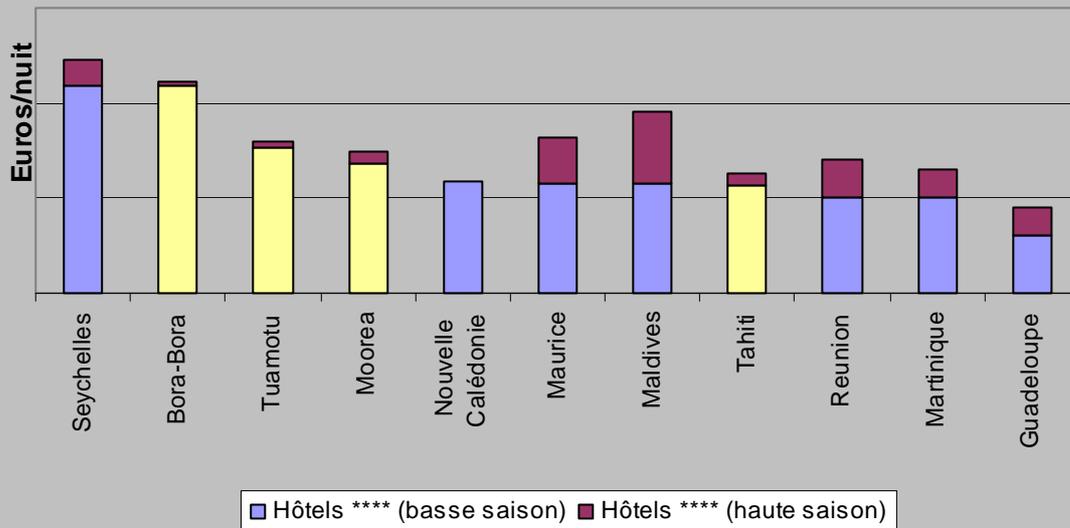
D'après le graphique suivant, il est indiscutable que **pour le marché français**, les Antilles restent la destination la plus compétitive. L'île Maurice et les Maldives sont également des destinations très compétitives pour les touristes français, particulièrement en basse saison. Toutefois on remarque qu'en ce qui concerne les hôtels***, la Polynésie est une destination moins chère que les Seychelles.

Graph.44- Prix moyen par nuit pour des hôtels * dans le cas des destinations concurrentes pour le marché français**



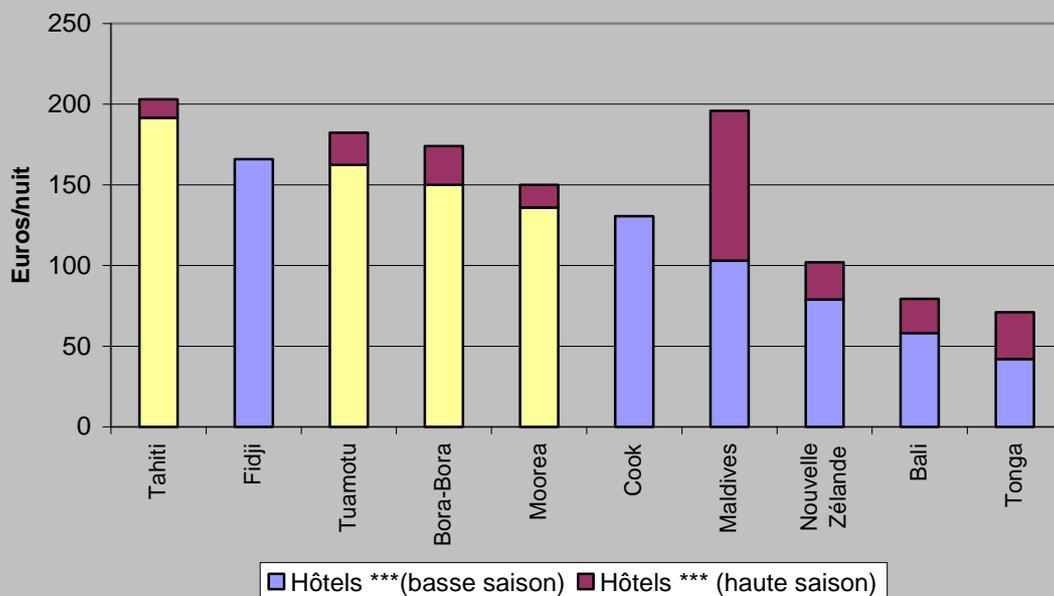
Pour ce qui est des hôtels****, le schéma est similaire, sauf pour Bora Bora qui égale cette fois les prix pratiqués aux Seychelles.

Graph.45- Prix moyen par nuit des hôtels ** dans le cas des destinations concurrentes pour le marché français**



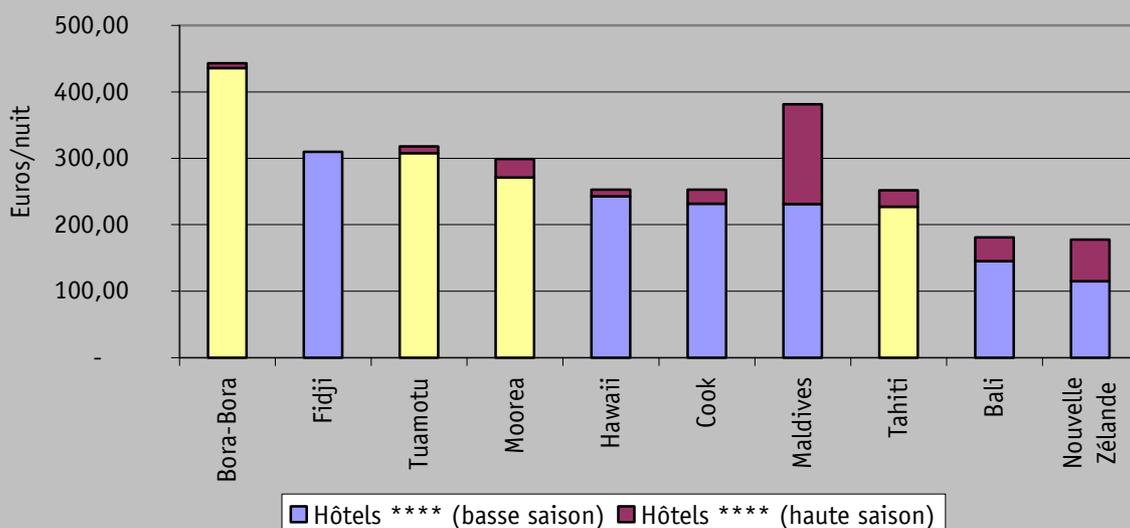
Pour le marché américain, différence de prix entre ces différentes destinations concurrentes n'est pas très importante (sauf pour le cas des Tonga, où les prix pratiqués sont environ quatre fois inférieurs à ceux appliqués dans l'ensemble de la Polynésie, de Bali de la Nouvelle Zélande et des îles Cook). D'ailleurs les prix pratiqués à Hawaï et en Polynésie sont très comparables. La différence concernant le coût total du voyage provient davantage des différences relatives au coût du billet d'avion.

Graph.46- Prix moyen par chambre des hôtels * dans le cas des destinations concurrentes pour le marché américain**



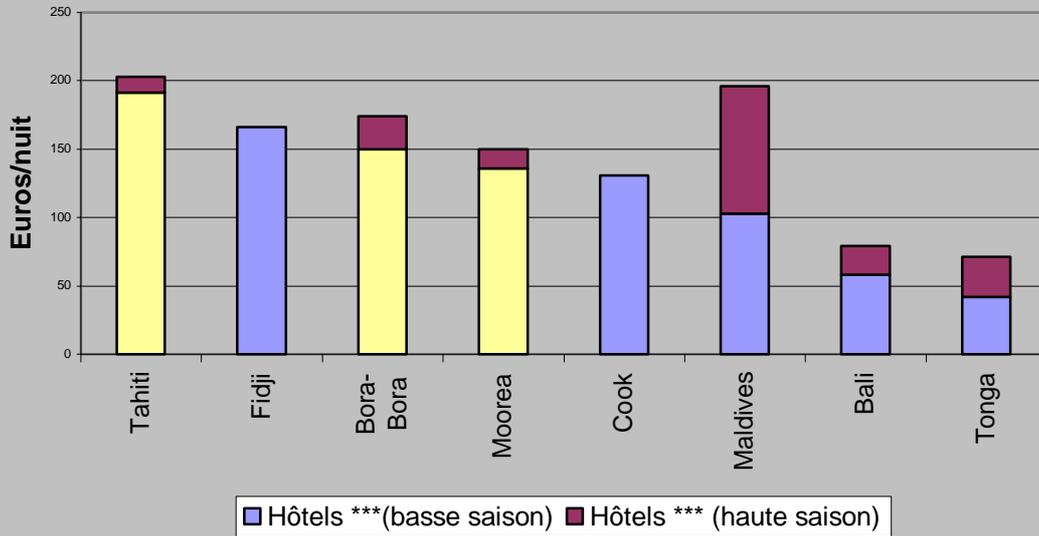
Comme le montre le graphique 47, il est évident qu'en matière d'hébergement quatre étoiles Bora Bora représente la destination la plus chère pour les américains. Par contre pour ce qui est des autres îles polynésienne la différence est moins flagrante, même si elles sont toujours légèrement plus chères que les autres destinations (sauf pour les Maldives en haute saison mais le prix comprend ici la pension complète, les Fidji et Hawaï). Le coût de l'hébergement par nuit à Bora Bora est environ 1,5 fois plus élevé qu'au Fidji ou à Hawaï et deux fois plus élevé qu'à Bali ou aux îles Cook.

Graph.47- Prix moyen par nuit des Hôtels ** dans le cas des destinations concurrentes pour le marché américain**

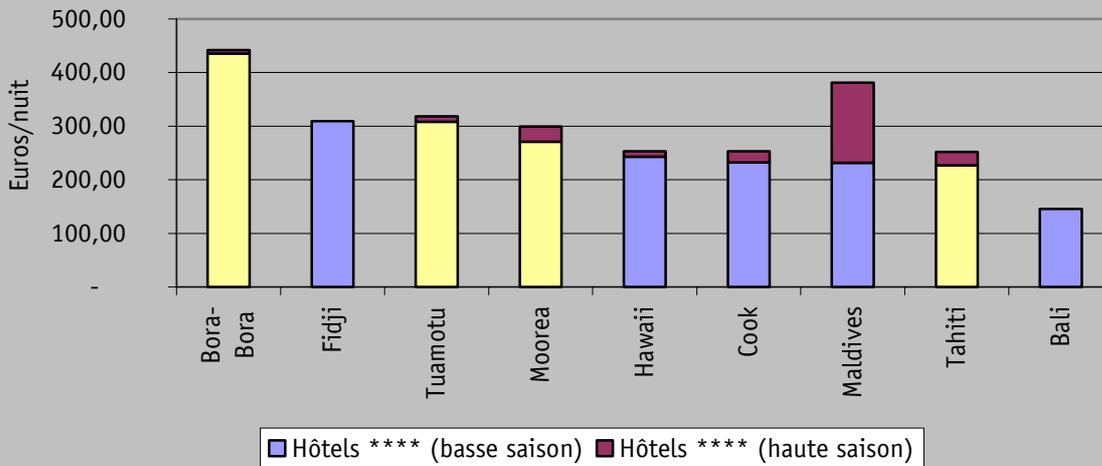


D'après le graphique qui suit, en ce qui concerne l'hébergement trois étoiles, la Polynésie française reste l'une des destinations les plus chères pour les touristes japonais. Une nuit en Polynésie française dans un hôtel*** leur coûtera en moyenne quatre fois plus qu'au Tonga, trois fois plus qu'à Bali, et deux fois plus qu'aux Maldives (où ils bénéficieront rappelés le de la pension complète).

Graph.48- Prix moyen par nuit des hôtels *** dans le cas des destinations concurrentes pour le marché japonais



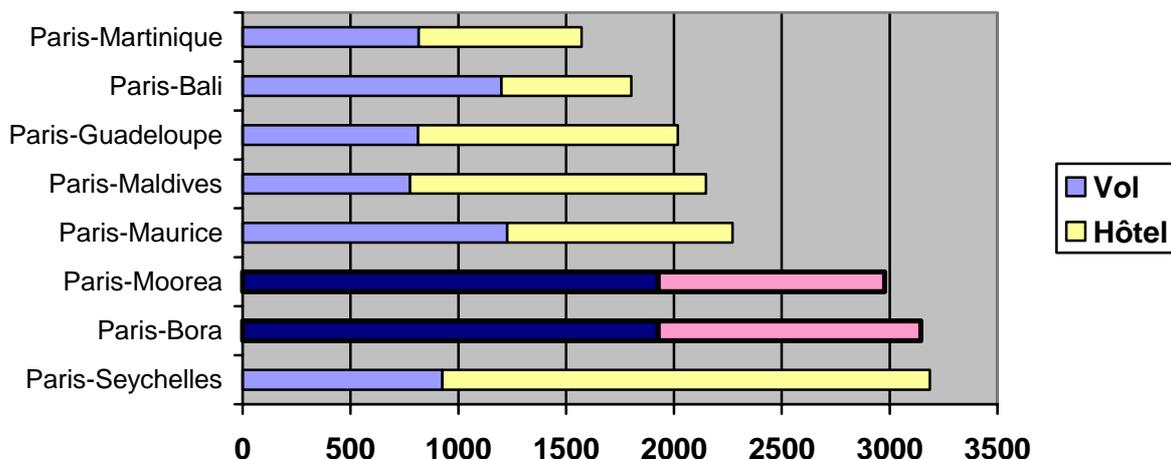
Graph.49- Prix moyen par nuit des hôtels**** dans le cas des destinations concurrentes pour le marché japonais



Ici encore, l'hébergement de luxe de Bora-Bora est relativement plus cher que toutes les destinations concurrentes prisées par les Japonais.

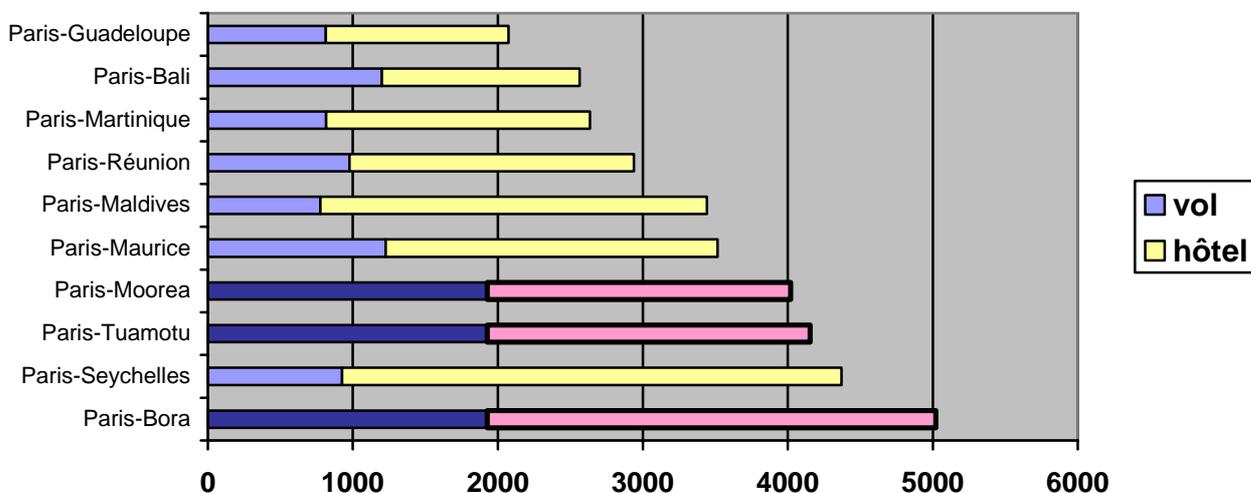
Simulation vol + 7 nuits d'hôtels en haute saison :

Graph. 50- Vol + hôtel* au départ de Paris**



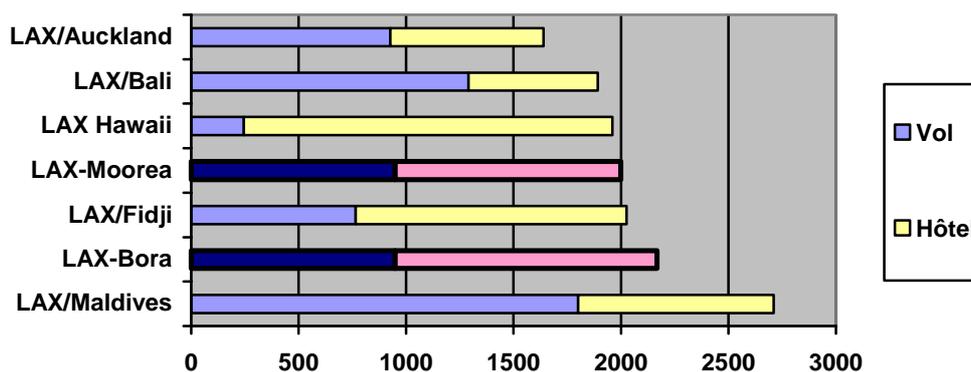
En additionnant le prix du vol à celui de l'hébergement pour une semaine, il apparaît clairement que pour le marché français, la Polynésie française reste la destination la plus chère avec les Seychelles. Pour un touriste français, cela lui coûtera environ deux fois plus cher d'aller passer une semaine en Polynésie française qu'aux Antilles, à Bali ou au Maldives (d'autant plus que les prix d'hébergement concernant les Maldives inclus à chaque fois la pension complète).

Graph.51- Vol + hôtel** au départ de Paris**



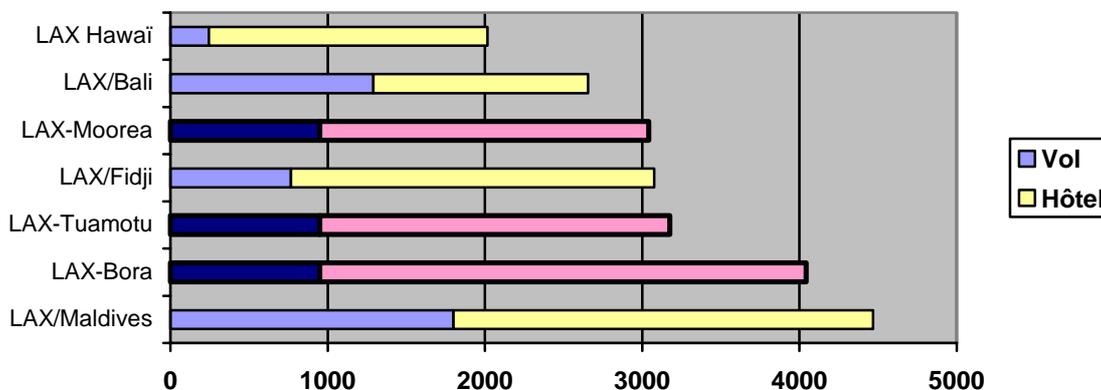
La cherté relative de l'hébergement de luxe à Bora-Bora ne fait ici pas de doutes. Pour un touriste français, une semaine en hôtel**** à Bora-Bora lui revient à deux fois le prix du billet aller-retour pour la Polynésie française. On remarque que même si Bora est loin devant, l'hébergement au Seychelles est lui aussi relativement élevé mais le plus faible coût du billet d'avion permet à cette destination de rester plus compétitive que Bora-Bora. **On constate également que même si l'hébergement à Moorea ou au Tuamotu n'est pas excessivement plus cher que dans les autres destinations, le prix du billet pour la Polynésie française vient fortement alourdir le prix du séjour dans ces différentes îles Polynésiennes.**

Graph.52- Vol + hôtel*** au départ de Los Angeles



On s'aperçoit, grâce à ce graphique, que même si le billet d'avion pour la Polynésie française n'est pas excessif relativement aux autres destinations, la cherté de l'hébergement hôtelier Polynésie française en fait qu'au final sur un séjour de sept nuits, la Polynésie française reste la destination la plus chère relativement à ses concurrents pour le marché émetteur américain. En Polynésie française l'hébergement de sept jours en hôtels*** est au moins aussi cher que le billet d'avion aller-retour. On constate toutefois que Hawaï n'est pas nécessairement plus compétitif en matière d'hébergement trois étoiles mais que la différence se fait sur le billet d'avion (du fait évidemment de la faible distance séparant Los Angeles de Honolulu). C'est Bali qui semble être la destination la plus compétitive en matière d'hébergement. Les Maldives arrivent en deuxième place (d'autant plus que la pension complète est comprise dans le prix pour les Maldives), mais du fait de la distance par rapport au marché américain, le prix du billet d'avion (environ égal à deux fois le prix de l'hébergement) vient annuler cet avantage comparatif en termes d'hébergement trois étoiles.

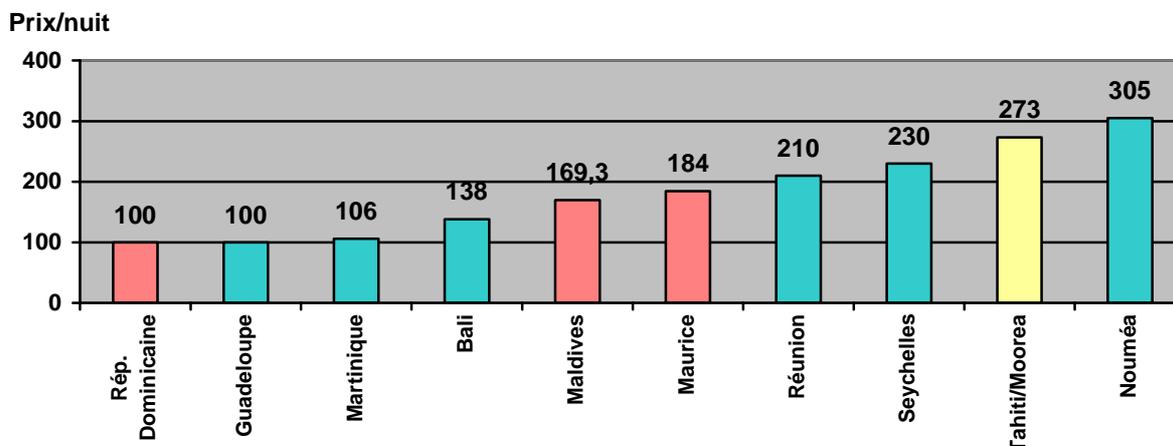
Graph.53- Vol + Hôtel**** au départ de Los Angeles



Pour le marché américain, si l'on met à part le séjour aux Maldives puisque celui-ci est en pension complète, ce sont les séjours en Polynésie française qui reviennent le plus cher relativement aux autres destinations concurrentes. Encore une fois Bali apparaît comme l'une des destinations les plus compétitives puisque malgré un prix du vol aller-retour élevé, la compétitivité de son hébergement**** fait que le séjour à Bali reste pour les Américains l'un des moins chers avec Hawaï (qui concurrence Bali du seul fait de sa proximité et donc par conséquent du faible coût du billet aller-retour).

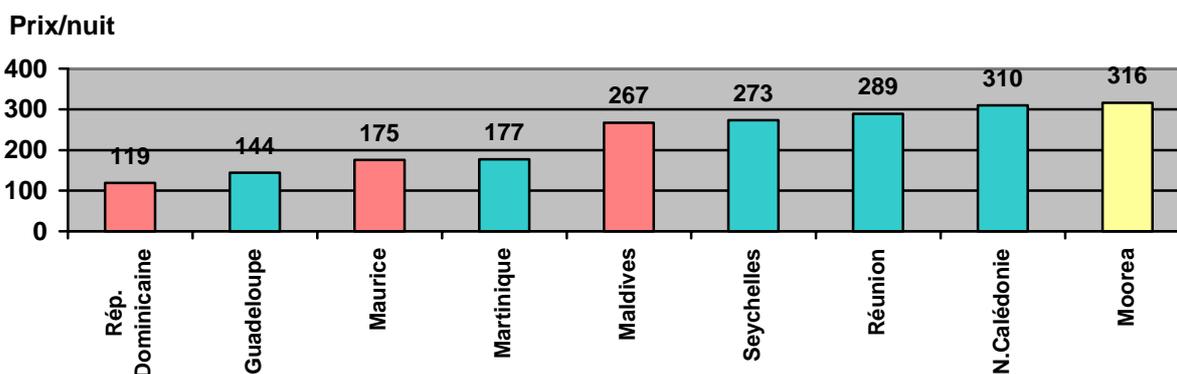
Comparaison des offres des Tours Opérateurs (vol aller-retour+séjour):

Graph.54- Offres T0, au départ de Paris avec hôtels ***



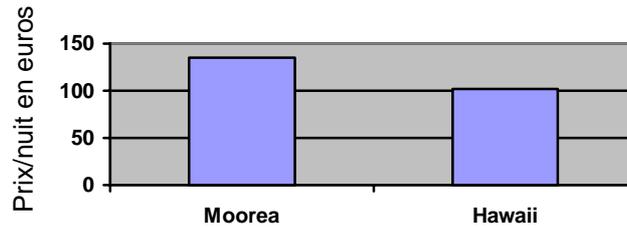
Quand le touriste français passe par un tour opérateur, non seulement la Polynésie française est toujours l'une des destinations les moins attractives en termes de prix, mais elle perd encore plus de compétitivité. En effet lorsque l'on prend le prix par nuit offert par les tours opérateurs, celui-ci est 1,5 fois plus élevé en Polynésie française qu'au Maldives (ce qui est d'autant plus important que le séjour aux Maldives inclut la pension complète), environ deux fois plus élevé qu'à Bali, 2,5 fois plus élevé qu'à la Martinique, et presque trois fois plus élevé qu'à la Guadeloupe ou en République Dominicaine (d'autant plus que le séjour en République Dominicaine est en formule « tout inclus »). **Alors qu'en additionnant les prix du vol et de l'hôtel pour un séjour de 7 nuits, l'île Maurice ne semblait pas beaucoup plus compétitive en termes de prix que la Polynésie française (23% moins chère), on s'aperçoit ici que le touriste peut bénéficier de tarifs particulièrement attractifs pour cette destination lorsqu'il passe par un tour opérateur ce qui n'est pas le cas pour la Polynésie française (l'île Maurice devient 33% moins chère).** La seule destination plus onéreuse concernant les séjours en hôtel *** est la Nouvelle Calédonie.

Graph.55- Offres T0, au départ de Paris avec hôtels ****

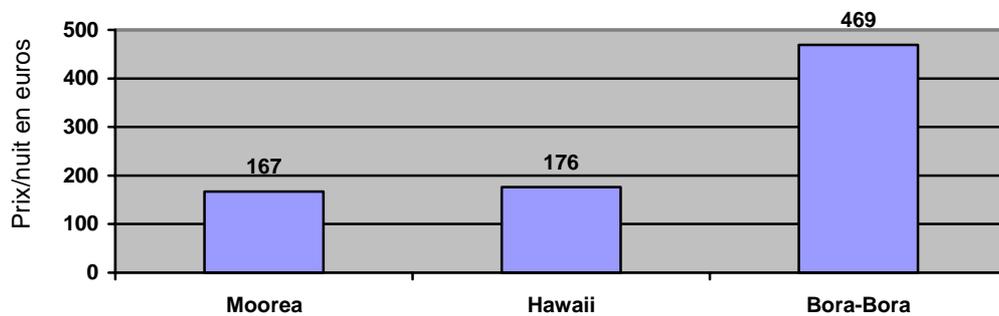


Il est possible d'émettre les mêmes conclusions à partir de l'observation du prix par nuit proposé par les T0 en hébergement 4 étoiles (vol compris). En effet, on remarque ici que le séjour à Moorea a le prix par nuit le plus élevé comparé aux autres destinations. Ainsi, que le touriste métropolitain passe par un Tour Opérateur ou qu'il organise lui-même son séjour, la Polynésie française fera toujours partie des destinations les moins attractives en termes de prix. **On remarque également que, comparé au paiement séparé du vol et de l'hébergement, les tarifs combinés proposés par les T0 permettent une économie plus significative pour les destinations autres que la Polynésie française.**

Graph.56- Offres T0, au départ de Los Angeles avec hôtels***



Graph.57- Offres T0, au départ de Los angeles avec hôtels ****

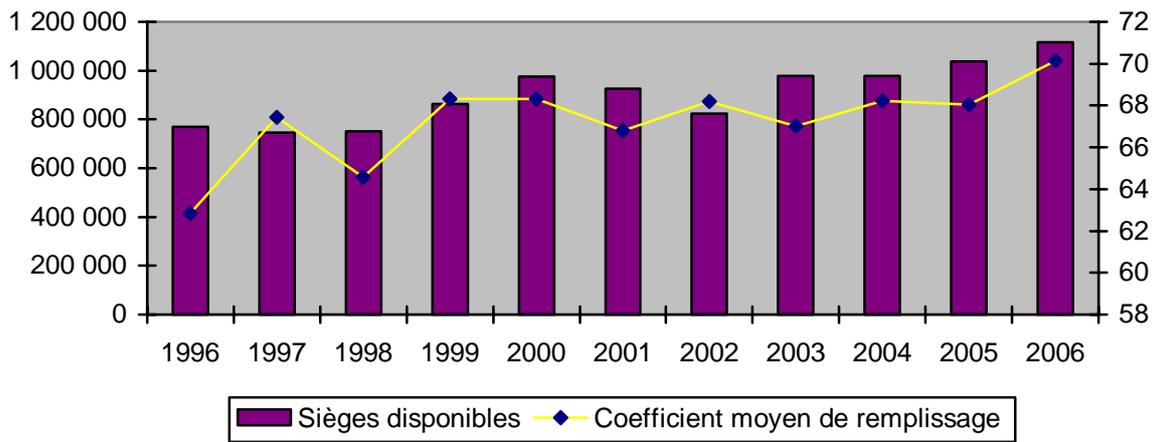


b. L'adéquation entre les capacités hôtelières et les capacités aériennes

Pour répondre à l'évolution de la demande touristique, il est indispensable que l'offre hôtelière s'ajuste à la demande, mais aussi que l'offre aérienne s'ajuste à l'offre hôtelière.

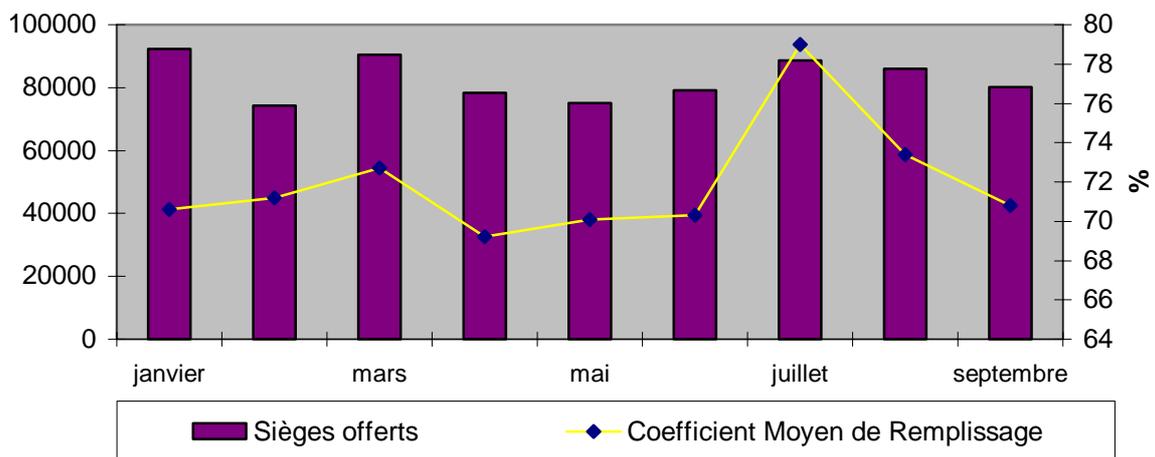
Nous avons mesuré la capacité aérienne de la Polynésie française à partir du nombre de sièges offerts entre Papeete et les différents marchés émetteurs, ainsi que par l'étude du coefficient moyen de remplissage (nombre de passagers/nombre de sièges offerts). L'étude de ces deux indicateurs nous montre que la capacité aérienne a augmenté durant la dernière décennie, et que celle-ci ne semble pas saturée lorsque l'on s'intéresse au taux moyen de remplissage des différentes compagnies aériennes. Il est toutefois important de rappeler que cet indicateur moyen cache un phénomène de saisonnalité pour le cas du marché français. En effet, en période de fin de vacances scolaires, de nombreux résidents Polynésie française voyagent ce qui laisse moins de places dans les avions pour les touristes (ce phénomène a été particulièrement sensible en 2007).

Graph.58- Nombre de sièges offerts en Polynésie française (arrivées +départs)



Source : service de l'aviation civile de Polynésie française

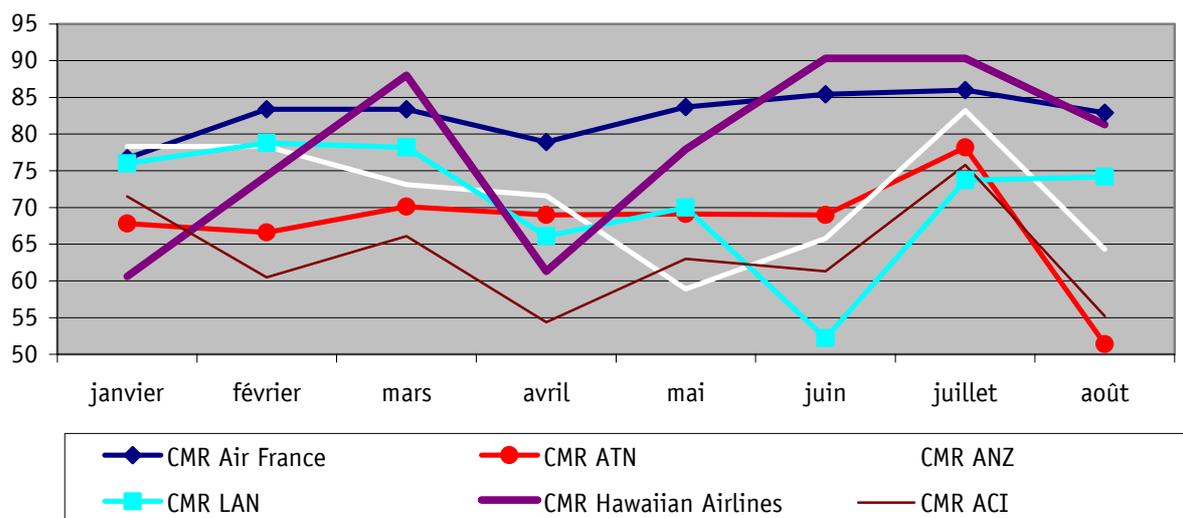
Graph.59- Les problèmes de capacités aériennes durant la haute saison 2007



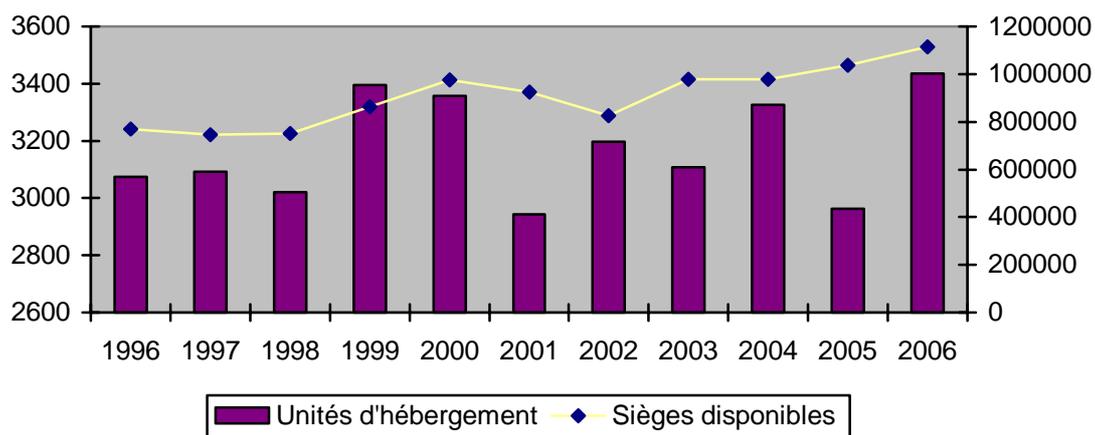
Source : service de l'aviation civile Polynésie française

On constate effectivement qu'au mois de juillet le coefficient moyen de remplissage est ressorti très élevé. Cette tendance semble avoir d'ailleurs touché l'ensemble des compagnies desservant la Polynésie française.

Graph.60- Evolution des coefficients moyens de remplissage en 2007 des compagnies desservant la Polynésie française



Graph.61- Unités d'hébergement et sièges disponibles en Polynésie française

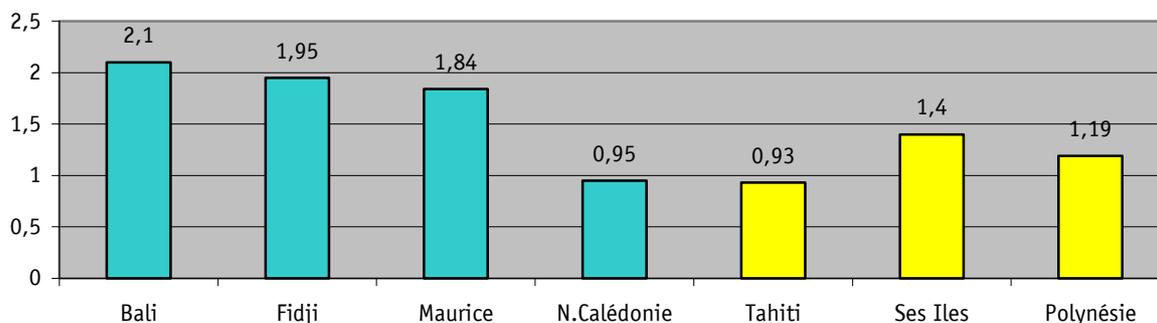


Il ne semble donc pas y avoir de problème important d'adéquation entre les capacités hôtelières et aériennes en Polynésie française. En effet, l'évolution du nombre de sièges disponibles dans les avions desservant la Polynésie française semble plutôt suivre celle des unités d'hébergement de l'hôtellerie Polynésienne.

c. La qualité du service

D'après les professionnels du secteur, les touristes ayant séjourné en Polynésie française sont plutôt critiques vis-à-vis du rapport qualité / prix. Une étude réalisée par la société *South Pacific Management* montre à ce sujet que le nombre d'employés par chambre disponible dans les hôtels de luxe de Polynésie française est bien plus faible que dans les destinations concurrentes, ce qui nuit nécessairement à la qualité du service, bien qu'à l'évidence, elle n'en dépende pas exclusivement.

Graph.62- Nombre d'employés moyen par chambre en 2006



Source : *South Pacific Management*

Or, étant donné l'importance des coûts salariaux dans le chiffre d'affaire des hôtels (cf. graphique 43), il est impossible pour ces derniers d'augmenter quantitativement leur personnel. Il s'agit d'un des problèmes majeurs rencontrés par l'hôtellerie polynésienne.

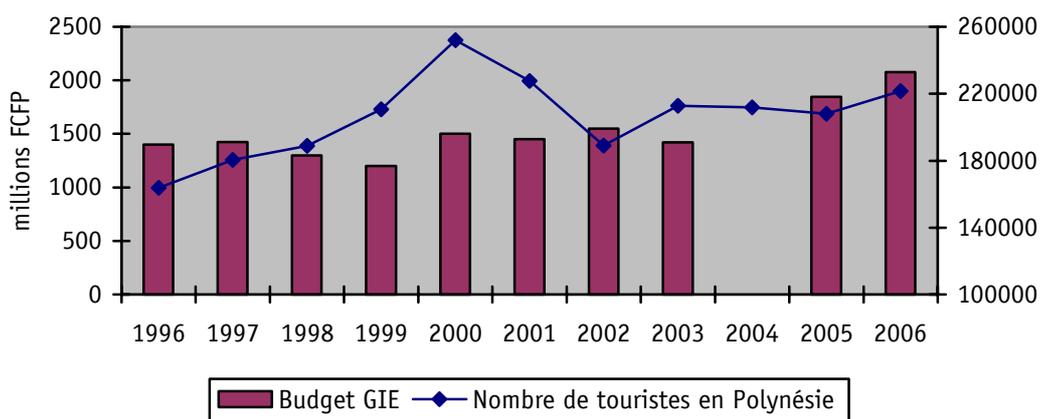
d. La promotion

En interrogeant les professionnels du tourisme sur la question de la promotion touristique en Polynésie française, il apparaît que jusqu'à présent, ce déterminant a été très peu étudié. **En effet aucune étude ne s'est intéressée à valoriser le coût de la promotion touristique polynésienne et à en évaluer l'éventuel effet sur les flux touristiques à destination de la Polynésie française.** Ce constat nous a conduit à approfondir les travaux déjà réalisés sur les déterminants du tourisme en Polynésie française, et à orienter une partie de cette étude vers la relation entre promotion et flux touristiques.

• **La promotion du secteur public**

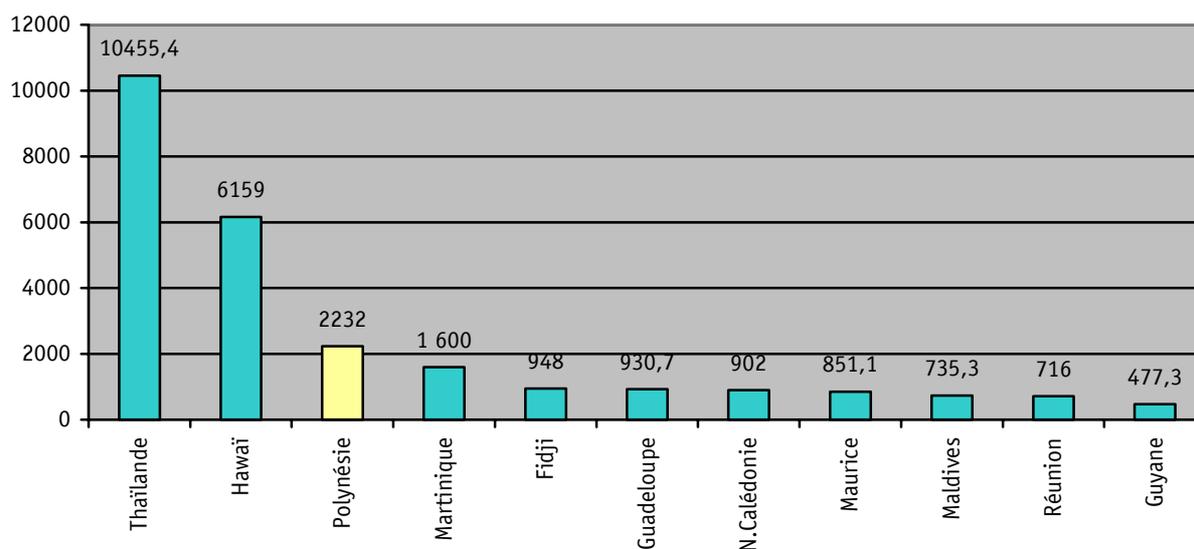
Tout d'abord, le graphique suivant ne montre **pas de corrélation évidente en les dépenses de promotion engagées par le GIE de Polynésie française et la fréquentation touristique en Polynésie française.** Trois explications au moins nous viennent à l'esprit : soit cette relation existe mais on ne peut pas l'observer graphiquement en raison de l'influence d'autres facteurs qui viennent la brouiller (taux de change, compétitivité par exemple), soit la stratégie de promotion d'origine publique n'est pas efficace (problème de coordination, outils marketing utilisés peu adaptés, etc.), soit il existe un niveau de budget minimal pour que la promotion touristique ait un effet sensible sur les flux touristiques et qui n'aurait pas été atteint. Ces explications pourraient être étudiées plus précisément en scindant notamment les différents marchés et en passant en revue le choix des différents supports utilisés. Mais ces informations n'ont pas été transmises à l'IEOM.

Graph.63- Budget annuel de promotion du GIE et évolution du nombre de touristes en Polynésie française



Dans ce qui suit, nous avons mesuré le ratio « nombre de touristes sur budget de l'office national de tourisme⁸ » pour savoir s'il est plus élevé en Polynésie française qu'ailleurs.

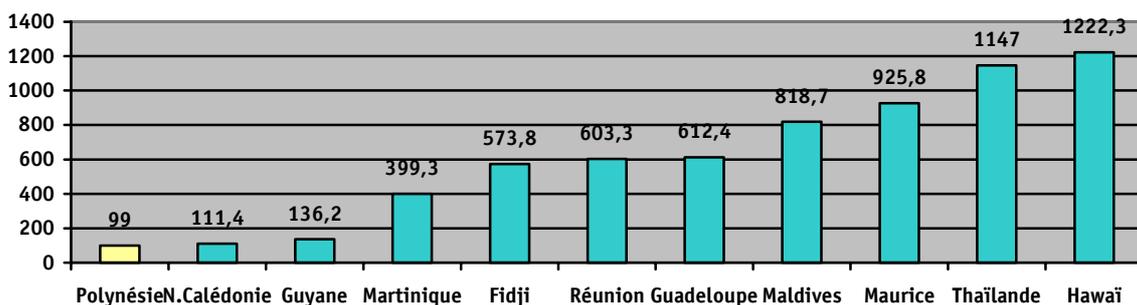
Graph.64- Budget annuel des offices nationaux du tourisme en 2006 (millions de F CFP)



Tout d'abord dans le panel choisi, il apparaît que la Polynésie française dispose de moyens financiers conséquents : le budget du GIE est de 2,2 milliards alors que par exemple celui de l'Office de tourisme de l'île Maurice n'est que de 851 millions de F CFP, alors que ce pays compte 3,5 fois plus de touristes.

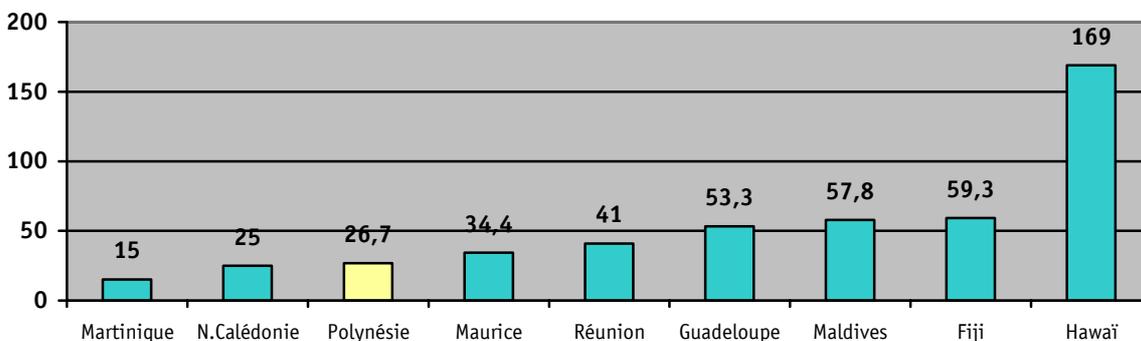
⁸ Ou son équivalent dans chaque pays (GIE tourisme dans le cas de la Polynésie française)

Graph.65- Nombre de touristes pour un million de Franc CFP dépensé par le secteur public dans la promotion du tourisme



On constate que c'est Hawaï⁹ qui a le ratio « nombre de touristes / budget de promotion d'origine publique » le plus élevé. La Polynésie française se situe en dernière position avec 99 touristes pour 1 million de F CFP dépensé dans la promotion publique, soit plus de douze fois moins de touristes pour chaque million de F CFP par rapport à Hawaï.

Graph.66- Francs CFP reçus (recettes touristiques) par franc CFP dépensé par le secteur public dans la promotion du tourisme



En termes de recettes touristiques cette fois, la situation de la Polynésie française s'améliore légèrement. En effet, chaque million de F CFP dépensé par l'office du tourisme polynésien est susceptible de rapporter 27 millions de F CFP de recettes touristiques contre 169 millions de F CFP pour Hawaï ou environ 60 millions de F CFP pour les Fidji et les Maldives. Seuls les ratios calculés pour la Martinique et la Nouvelle Calédonie sont inférieurs à celui de la Polynésie française. De plus le rapport avec Hawaï passe de 1 sur 12 à 1 à 6 (la promotion publique est 12 fois moins efficace qu'à Hawaï et 6 fois moins rentable).

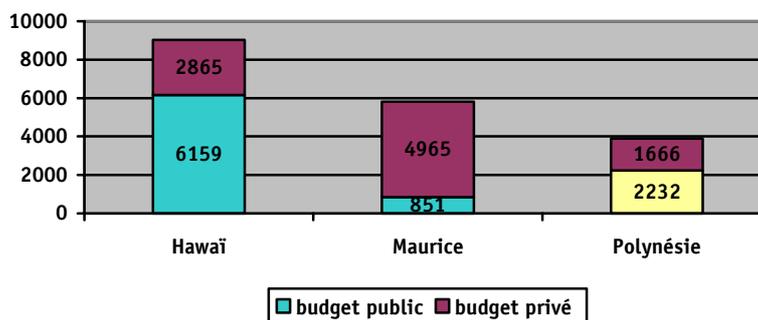
Toutefois le ratio tel qu'il est calculé ci-dessous ne rend parfaitement compte d'un effet quelconque de la promotion sur les flux touristiques. En effet, la promotion n'est pas le fait exclusif des offices de tourisme puisque les opérateurs eux-mêmes réalisent leur propre promotion, qu'il s'agisse des hôtels, des compagnies aériennes ou des agences de voyage. De même, la plupart des destinations touristiques concurrentes bénéficie d'un effet de retour d'une certaine proportion de touristes (ou effet « repeaters ¹⁰»), ce qui est moins le cas de la Polynésie française qui ne bénéficie pas d'un taux de retour très élevé.

⁹ A travers le *Hawaï Visitors and Convention Bureau*.

¹⁰ Proportion de touristes qui reviennent au moins une fois dans la destination concernée.

- **La promotion globale du secteur public et du secteur privé**

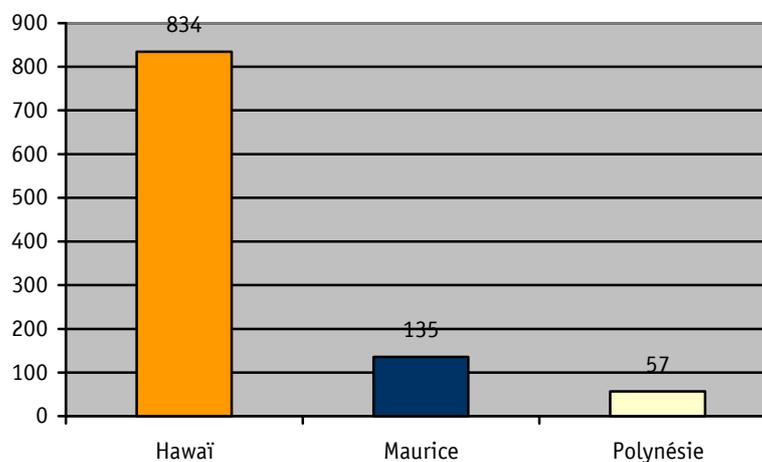
Graph.67- Budget annuel dépensé par les secteurs privé et public en 2006 (millions de F CFP)



Selon le pays ou l'archipel concerné, la proportion des dépenses de promotion publique dans les dépenses de promotion totales peut être plus ou moins importante si bien qu'il convient, pour juger d'une relation éventuelle avec le nombre de touristes, de tenir compte également de la promotion réalisée par les professionnels eux-mêmes (dans le cas de la Polynésie française : les hôteliers, Tahiti Nui Travel, LAN et Air Tahiti Nui¹¹). On voit bien par exemple que les opérateurs privés dépensent beaucoup d'argent pour la promotion à l'île Maurice, presque 6 fois plus que l'Office de tourisme mauricien.

Ainsi, lorsqu'on intègre à présent les dépenses de promotion privée dans le calcul du ratio, la situation de la Polynésie française change significativement : elle s'écarte encore plus d'Hawaï (le ratio est 15 fois plus élevé qu'en Polynésie française), mais se rapproche de l'île Maurice dont le ratio n'est plus que 2,4 fois supérieur à celui de la Polynésie française (contre 9 fois plus en considérant uniquement la promotion publique)

Graph.68- Nombre de touristes pour un million de Francs CFP dépensé par les secteurs public et privé dans la promotion du tourisme en 2006



- **La prise en compte des « repeaters »**

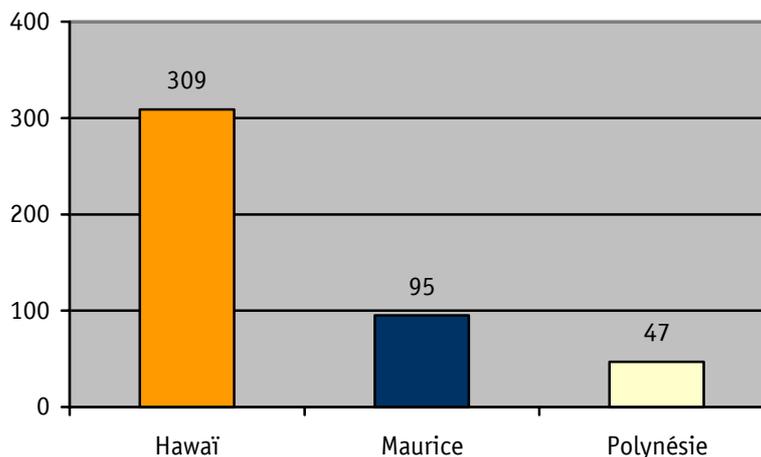
Il est vrai que la proportion des « repeaters » est de 63 % à Hawaï et de 30 % à l'île Maurice, alors qu'elle n'est que de 17 % en Polynésie française. Si on fait l'hypothèse que les touristes qui reviennent au moins une fois dans la destination considérée n'ont pas besoin de promotion les fois suivantes car leur motivation est

¹¹ L'ensemble de ces prestataires ont été interrogés afin de dégager un ordre de grandeur de leurs dépenses de promotion directes, il s'agit de manière exhaustive de South Pacific Management, TBSA, groupe ACCOR en Polynésie française, Club Méditerranée de Bora Bora (estimation), Le Radisson, Hibiscus et les Ti Paniers de Moorea, les budgets de publicité promotion des compagnies aériennes (ATN, LAN) et Tahiti Nui Travel. Les dépenses de promotion de l'ensemble de ces opérateurs s'élèvent pour 2006 à 1,7 milliards de F CFP.

générée par les souvenirs agréables qu'ils ont gardé de leur premier séjour, alors les actions promotionnelles ne s'adressent chaque année qu'aux nouveaux touristes.

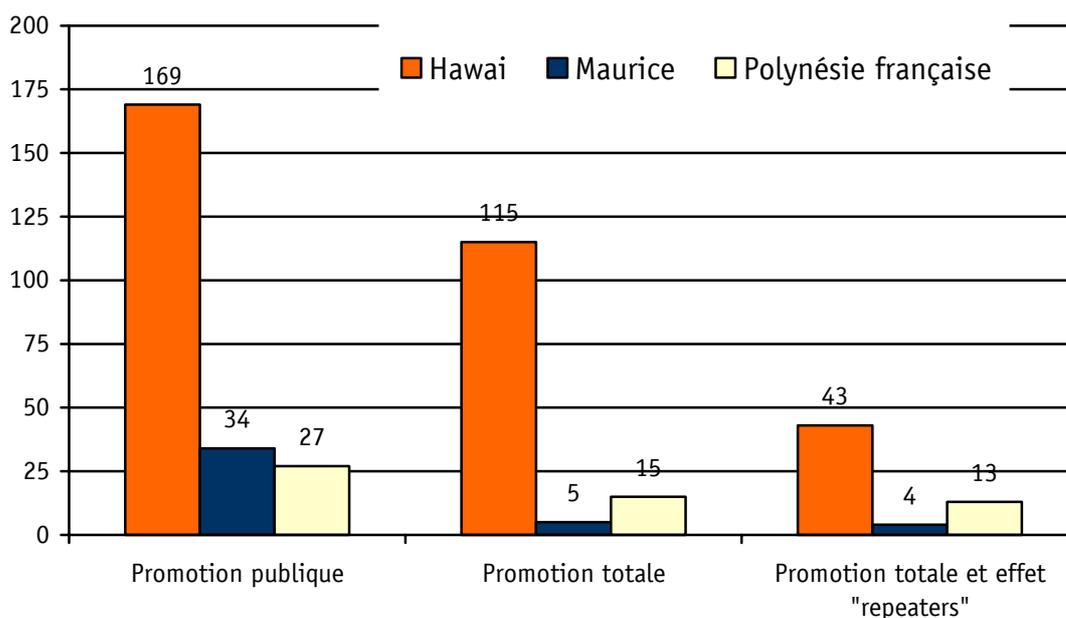
Il convient donc de corriger les ratios précédemment calculés en ne tenant compte que des nouveaux touristes. Les écarts se réduisent à nouveaux : le ratio de la Polynésie française devient plus que 2 fois inférieur à celui de l'île Maurice et 6 fois plus faible que celui d'Hawaï.

Graph.69- Nombre de touristes nouveaux (non « repeaters ») pour un million de Francs CFP dépensé par les secteurs public et privé dans la promotion du tourisme en 2006



Remplaçons à présent le nombre de touristes par les recettes touristiques afin de tenir compte de la durée de séjour plus longue en Polynésie française et de la gamme des hôtels polynésiens. Il apparaît alors que le ratio devient trois fois supérieur à celui de l'île Maurice, en corrigeant ou non l'effet *repeaters*. Cependant, ce résultat est imputable, en dehors de la cherté des hôtels polynésiens, à un problème de parité de pouvoir d'achat qui rend les prix des prestations relativement chers par rapport à ceux de l'île Maurice. En effet, on remarque que même avec un taux de *repeaters* de 63% à Hawaï, le ratio reste toujours inférieur à celui calculé pour l'archipel hawaïen, et ce dans un rapport de 1 à 3.

Graph.70- Recettes touristiques pour chaque million de F CFP dépensé dans la promotion

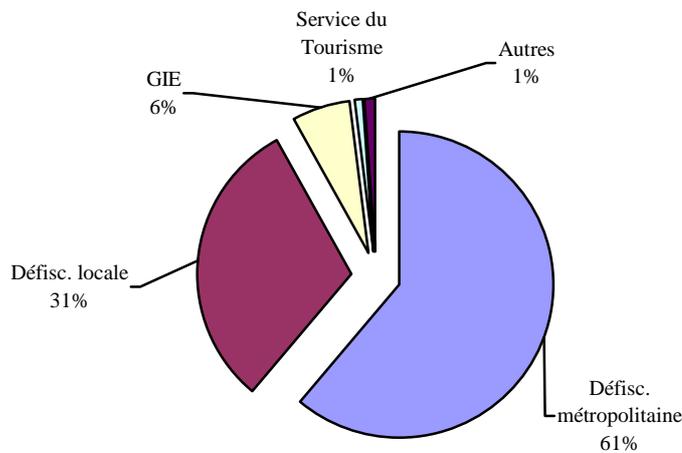


e. Les investissements publics

Mais les dépenses publiques de promotion touristique ne constituent pas le seul vecteur d'intervention du secteur public dans le secteur touristique. Le gouvernement polynésien comme l'Etat interviennent notamment dans le tourisme à travers la « délibération Flosse » (ou défiscalisation locale) et la « loi Girardin » (ou défiscalisation métropolitaine). D'autres dépenses doivent également être considérées, comme celles du service du tourisme, de l'Aide à la création et au développement des entreprises (ACDE) évoluant dans le secteur touristique, de la proportion du Fonds de développement des archipels (FDA) qui soutient les entreprises touristiques, et de la SETIL.

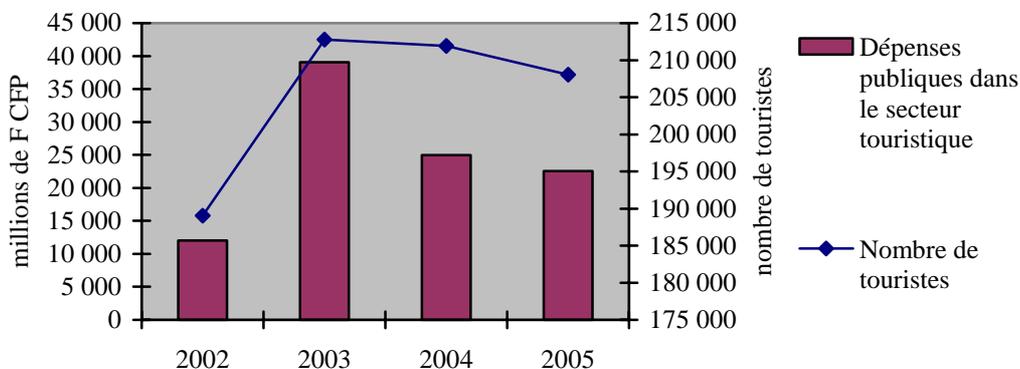
Il apparaît néanmoins, que les dépenses du GIE Tourisme et les aides indirectes que sont les mesures de défiscalisation constituent 98 % des dépenses publiques destinées à l'appui du secteur touristique comme le montre le graphique suivant.

Graph.71- Les dépenses publiques en appui au secteur touristique en Polynésie française (moyenne sur la période 2002-2005)



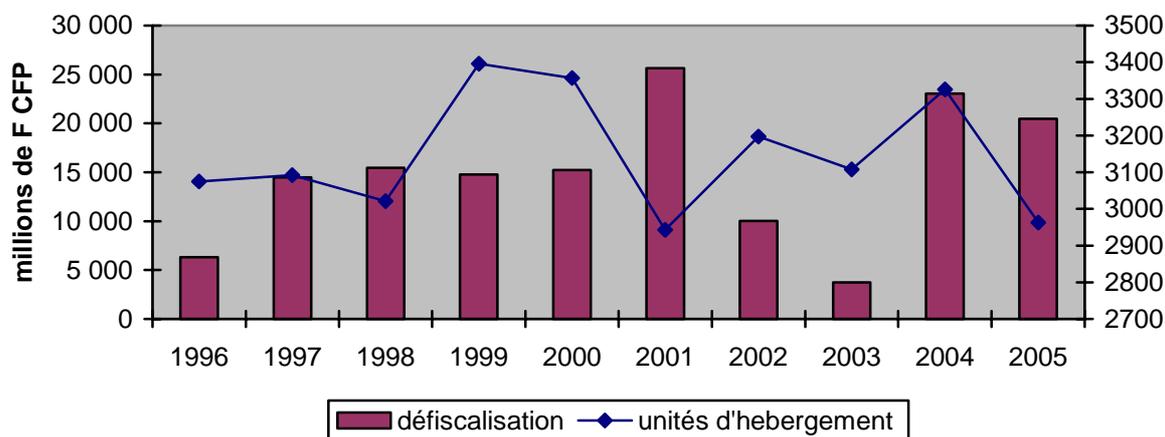
Le graphique suivant met en relation l'évolution du nombre de touristes avec les dépenses publiques (directes ou indirectes) destinées au secteur touristique. La mise en évidence d'une telle relation est rendue difficile par le fait que les données concernant la défiscalisation sont enregistrés au début de la réalisation des projets si bien qu'il existe un décalage de quelques années entre l'agrément et l'effet réel du projet sur le nombre de touristes.

Graph.72- Evolution de l'ensemble des dépenses publiques dans le tourisme en Polynésie française



Néanmoins, le graphique suivant montre que la capacité d'accueil de l'hôtellerie classée a faiblement augmenté ces dernières années malgré l'effort financier conjoint de l'Etat et du gouvernement polynésien (environ 150 milliards de crédits d'impôt accordés entre 1998 et 2005). La capacité totale s'inscrit toujours entre 3 000 et 3 500 chambres sur la période 1998-2005. Les appuis financiers des administrations n'ont eu que pour principal effet de soutenir une substitution au profit d'hôtels plus luxueux, ou alors d'empêcher une forte diminution de la capacité d'accueil.

Graph.73- Défisicalisation et évolution des capacités d'accueil dans l'hôtellerie classée



Si à présent on met en balance l'ensemble des dépenses publiques consacrés au développement du tourisme (promotion, défiscalisation,...) et ce que cela rapporte au niveau macro-économiques à travers les recettes touristiques, on peut alors faire les observations suivantes :

- chaque million dépensé dans le secteur touristique a généré 2 millions de recettes touristiques ;
- cependant, du point de vue uniquement de la Polynésie française, c'est-à-dire en excluant la défiscalisation métropolitaine des dépenses publiques consacrées au tourisme, alors chaque million dépensé par le gouvernement polynésien (directement ou indirectement) a rapporté 4 millions de recettes touristiques ces dernières années.

	Moyenne 2002-2005
<i>En millions de F CFP</i>	
Dépenses publiques dans le tourisme	24 641
Dépenses publiques (hors défiscalisation métro)	9 690
<i>Indicateurs de résultats</i>	
Nombre de touristes	205 439
Recettes touristiques	41 446
Efficacité de la dépense publique (1)	8
Hors défisc métropolitaine	21
Rentabilité de la dépense publique (2)	2
Hors défisc métro	4

- (1) Nombre de touristes sur dépenses publiques consacrées au tourisme
 (2) Recettes touristiques sur dépenses publiques consacrées au tourisme

Faute de données nous n'avons pu constituer de séries sur une période suffisamment longue pour nous permettre de réaliser une étude économétrique sur les déterminants du tourisme et ainsi mesurer le rôle éventuel joué par la promotion du tourisme sur le nombre de touristes en Polynésie française, toutes choses égales par ailleurs.

Toutefois, plusieurs études ont porté sur l'effet éventuel de ces différents déterminants sur la demande touristique pour des destinations particulières, et plus particulièrement le rôle éventuel joué par les dépenses de promotion et de marketing. C'est le cas par exemple de **l'étude de Louis Dupont sur la Martinique** (Analyse des déterminants de la demande touristique aux Antilles françaises, 2006) et de **Maeta Chumni sur la Thaïlande** (Tourism Demand Model : Determinants of Thailand's International Tourist Receipts, 2001)

En effet, chacune de ces études montre que les dépenses de promotion de ces deux destinations jouent un rôle favorable sur la demande.

En s'appuyant sur les travaux théoriques de Frechtling, M. **Chumni** mesure l'importance des programmes de marketing et de promotion de la Thaïlande par les dépenses annuelles de l'office national du tourisme, qu'il divise ensuite par le nombre de visiteurs internationaux. A côté de cette variable explicative il incorpore également d'autres variables de contrôle telles que le PIB/tête du pays d'origine, le taux de change réel, les prix relatifs, etc... Il prend comme variable expliquée le montant des recettes touristiques générées par les touristes internationaux, divisé par le nombre de visiteurs internationaux. Chumni estime son modèle pour chacun des principaux marchés émetteurs de la Thaïlande. **Il montre que les dépenses de marketing ont un effet significatif et positif sur 4 des 5 marchés émetteurs de la Thaïlande.** Une augmentation de 1% des dépenses de promotion provoque entre 0,27 et 0,46 point supplémentaire de pourcentage de recettes touristiques selon les marchés.

Au contraire, en étudiant l'effet des dépenses de promotion sur les flux touristiques en provenance de la France et à destination de la Martinique, Louis Dupont ne trouve pas l'effet attendu. En réalisant un test de causalité il met en évidence le fait que **les dépenses de promotion n'ont pas d'influence sur ces flux touristiques.** Autrement dit, soit les dépenses de promotion nécessitent un certain temps pour engendrer une certaine efficacité, soit les dépenses de promotion sont inefficaces (mauvais choix en termes de stratégie marketing) ou soit la relation existe mais elle dépend de l'influence d'autres facteurs (compétitivité notamment).

CONCLUSION

Bien que le tourisme soit une voie d'autonomie économique et que des efforts récents aient été réalisés pour favoriser le développement de ce secteur, le tourisme ne parvient pas à décoller en Polynésie française et ne représente encore aujourd'hui qu'une faible part de la richesse créée par le Pays comparée à la place du tourisme dans des destinations concurrentes (Guam, Maldives, Iles Cook). Même si le tourisme dit « de luxe » permet à la Polynésie française de posséder un secteur touristique particulièrement « rentable » du moins en termes de recettes par visiteur, son économie ne dépend que faiblement de ce secteur. Les recettes touristiques correspondent certes à 20% des crédits de la balance courante¹², mais elles ne représentent que 9 % du PIB et 15 % de l'emploi salarié.

Par ailleurs, plusieurs facteurs semblent être à l'origine de la stagnation du tourisme en Polynésie française. En effet, même si ces différents déterminants n'ont pu être classés par ordre d'importance ou évaluer quantitativement leurs effets (faute de données chronologiques sur longue période), il a été mis en évidence le rôle joué par certains d'entre eux à partir d'une analyse comparative. Il semble qu'en plus de facteurs extérieurs tels que la conjoncture internationale (particulièrement l'indice du prix moyen du transport international et le taux de change réel pour le marché américain), la distance entre la Polynésie française et les marchés émetteurs, ou la survenance de certains événements répulsifs (départ de certaines compagnies aériennes *low cost*, disparition de bateaux de croisière, mise en place des passeports biométriques pour les touristes français en transit aux Etats-Unis, etc.), des déterminants plus endogènes à la Polynésie française affectent la fréquentation touristique de cette destination : cherté du vol aller-retour, écart insuffisant des prix entre haute et basse saison, manque de stratégie et de coordination entre les différents opérateurs du secteur, érosion de la singularité du produit touristique polynésien, ...

Enfin, cette étude s'est penchée très brièvement sur les interventions des pouvoirs publics dans le secteur touristique. L'appui financier du secteur public au secteur touristique a consisté essentiellement à subventionner indirectement la construction de nouveaux hôtels ou leur réhabilitation, à travers des mesures de défiscalisation. Mais peu de moyens ont été consacrés à l'aménagement de sites ou, plus largement, à impulser la mise en œuvre d'une véritable stratégie de diversification du produit touristique polynésien qui, d'après tous les professionnels interrogés, reste à faire.

¹² Les crédits de la balance courante intègrent non seulement la balance des biens (perles, noni,...) et services (tourisme notamment) mais également les transferts de la Métropole.

Table des graphiques

Graph.1-	Evolution du tourisme mondial et du tourisme en Polynésie française.....	8
Graph.2-	Nombre de touristes accueillis en 2006 (milliers).....	9
Graph.3-	Nombre de touristes par habitant en 2006 (densité touristique)	10
Graph.4-	Coefficient moyen d'occupation des chambres en 2006	10
Graph.5-	Part du secteur touristique dans le PIB en 2006	11
Graph.6-	Ratio recettes touristiques (en USD) sur nombre de touristes en 2006	11
Graph.7-	Pourcentage des emplois salariés touristiques dans le total des emplois salariés	12
Graph.8-	Nombre de visiteurs internationaux en 2006 dans les DOM-TOM	13
Graph.9-	Nombre de visiteurs par habitant en 2006 dans les DOM-TOM (densité touristique).....	13
Graph.10-	Nombre d'hôtels classés en septembre 2007 dans les DOM-TOM	13
Graph.11-	Coefficient moyen d'occupation des chambres en 2006 dans les DOM-TOM	14
Graph.12-	Durée moyenne de séjour en hôtel dans l'Outre-mer français en 2006	14
Graph.13-	Nombre de nuitées hôtelières dans les DOM-TOM en 2006	14
Graph.14-	Part du secteur touristique dans le PIB en 2006 dans les DOM-TOM	15
Graph.15-	Les recettes touristiques en 2006 dans les DOM-TOM	15
Graph.16-	Ratio recettes touristiques/nombre de touristes en 2006 dans les DOM-TOM	16
Graph.17-	Part des emplois relatifs au secteur du tourisme dans le total des emplois salariés en 2006 dans les DOM-TOM	16
Graph.18-	Les destinations concurrentes sur le marché émetteur américain continental.....	18
Graph.19-	Les destinations concurrentes sur le marché émetteur français en 2006	19
Graph.20-	Les destinations concurrentes sur le marché émetteur japonais en 2006	19
Graph.21-	Prix du transport aérien et évolution du nombre de touristes en Polynésie française.....	21
Graph.22-	Prix du transport aérien et évolution du nombre de touristes américains en Polynésie française.....	21
Graph.23-	Prix du transport aérien et évolution du nombre de touristes français en Polynésie française	22
Graph.24-	Prix du transport aérien et évolution du nombre de touristes japonais en Polynésie française	22
Graph.25-	PIB/habitant courant de la France et nombre de touristes français en Polynésie française	23
Graph.26-	PIB/habitant courant des Etats-Unis et nombre de touristes totaux américains.....	23
Graph.27-	PIB/habitant des Etats-Unis et nombre de touristes américains en Polynésie française	24
Graph.28-	PIB/habitant du Japon et nombre de touristes japonais en Polynésie française.....	24
Graph.29-	PIB/habitant du Japon et nombre de touristes totaux Japonais	25
Graph.30-	Effet du taux de change réel dans le cas du marché américain	25
Graph.31-	Effet du taux de change réel dans le cas du marché japonais	26
Graph.37-	Tarifs Air France aller-retour août 2008	30
Graph.38-	En prenant la compagnie la moins chère (classe économique, août 2008)	30
Graph.39-	Prix du vol aller-retour le moins cher au départ de Los Angeles pour août 2008	31
Graph.40-	Prix du vol aller-retour le moins cher au départ de Tokyo pour août 2008.....	31
Graph.41-	Prix moyen par nuit des hôtels *** en basse et haute saison.....	32
Graph.42-	Prix moyen par nuit des hôtels **** en basse et haute saison.....	33
Graph.50-	Vol + hôtel*** au départ de Paris.....	37
Graph.51-	Vol + hôtel**** au départ de Paris	37
Graph.52-	Vol + hôtel*** au départ de Los Angeles	38
Graph.53-	Vol + Hôtel**** au départ de Los Angeles	38
Graph.56-	Offres TO, au départ de Los Angeles avec hôtels***	40
Graph.58-	Nombre de sièges offerts en Polynésie française (arrivées +départs)	41
Graph.59-	Les problèmes de capacités aériennes durant la haute saison 2007.....	41
Graph.60-	Evolution des coefficients moyens de remplissage en 2007 des compagnies desservant la Polynésie française.....	42
Graph.61-	Unités d'hébergement et sièges disponibles en Polynésie française	42
Graph.63-	Budget annuel de promotion du GIE et évolution du nombre de touristes en Polynésie française.....	44
Graph.64-	Budget annuel des offices nationaux du tourisme en 2006 (millions de F CFP)	44
Graph.65-	Nombre de touristes pour un million de Franc CFP dépensé par le secteur public dans la promotion du tourisme	45

Graph.66-	Francs CFP reçus (recettes touristiques) par franc CFP dépensé par le secteur public dans la promotion du tourisme	45
Graph.67-	Budget annuel dépensé par le secteur privé en 2006 et public (millions de F CFP)	46
Graph.68-	Nombre de touristes pour un million de Francs CFP dépensé par les secteurs public et privé dans la promotion du tourisme en 2006.....	46
Graph.69-	Nombre de touristes nouveaux (non « repeaters ») pour un million de Francs CFP dépensé par les secteurs public et privé dans la promotion du tourisme en 2006	47
Graph.70-	La rentabilité en question de la promotion et la prise en compte uniquement des « nouveaux touristes ».....	47
Graph.71-	Les dépenses publiques en appui au secteur touristique en Polynésie française (moyenne sur la période 2002-2005)	48
Graph.72-	Evolution de l'ensemble des dépenses publiques dans le tourisme en Polynésie française.....	48
Graph.73-	Défiscalisation et évolution des capacités d'accueil dans l'hôtellerie classée	49

ANNEXES

Annexe 1 : Les destinations concurrentes sur le marché français

Annexe 2 : Comparaison des offres des tours opérateurs

Annexe 3 : Comparaison du prix des billets aller-retour avec Air France

Annexe 4 : Liste des hôtels comparés

Annexe 5 : Personnes rencontrées lors de cette étude

Annexe 1- Les destinations concurrentes sur le marché français

	Ile Maurice	Guadeloupe	Maldives	N.Calédonie	Seychelles
Géographie	Océan Indien Une seule île (+ île Rodrigues) île haute avec lagon 2040 km ²	Océan Atlantique 2 grandes îles (+ les Saintes, Marie-Galante et la Désirade) 1710 km ²	Océan Indien Archipel de 26 atolls 300 km ² de terres émergées	Océan Pacifique 1 grande île principale+ archipel des îles Loyauté et 18575 km ² de terres émergées	Océan Indien Archipel de 115 îles (42 îles et 73 atolls) 442 km ² de terres émergées
Climat	Tropical tempéré par les alizés 22 à 30°C	Tropical tempéré par les alizés 27 à 32°C	Tropical humide 25 à 28°C	Tropical tempéré par les alizés	Tropical Humide 28 à 32°C
Formalités pour les Français	Passeport en cours de validité	La carte nationale d'identité	Passeport valide avec un billet aller-retour Ecotaxe	La carte nationale d'identité	Passeport valide 6 mois après la date de retour
Décalage horaire	+2/3h	-5/6h	+3/4h	+9/10h	+2/3h
Temps de vol au départ de Paris	12h	8h40	16h	23h50	10h30
Desserte aérienne au départ de Paris	Emirates, Air Mauritius et Air France 11 à 15 vols/semaine	Air France 13 vols/semaine	Emirates, Sri Lankans Airlines, Qatar Airways, Singapore Airlines,	Air France 8 vols/semaine	Air Seychelles et Air France 4 à 5 vols/ semaine

/

Annexe 2- Comparaison des offres des tours opérateurs

Ville de départ	Destination	Nombre de nuits	Catégorie de l'hébergement	Petit-déjeuner	Demi-pension	Pension complète	rqs	Prix/pers Chambre double (à partir de...)	Tour opérateur ou agence
Paris	Tahiti/Moorea/Bora-Bora	9	*** 1/2 (Novotel)	x			Y compris transferts inter-îles	2458 €	Nouvelles Frontières
Paris	Tahiti/Moorea	7	**** (Radisson+ Moorea Pearl)	x				2212 €	Un Monde Polynésie française
Paris	Maldives	7	*** Raveli village and Spa			x		1530 €	Nouvelles Frontières
Paris	Maldives	7	**** Paradise Island Resort and Spa			x		1872 €	Nouvelles Frontières
Paris	Martinique	7	*** Résidence Mercure Diamant	x			Y compris la location de voiture	740 €	Nouvelles Frontières
Paris	Martinique	7	**** Sofitel Bakoua	x				1238 €	Nouvelles Frontières
Paris	Maurice	8	**** Hôtel Tamassa		x			1400 €	Nouvelles Frontières
Paris	Guadeloupe	7	*** Résidence l'Anse des rochers	x				700 €	Nouvelles Frontières
Paris	Guadeloupe	7	**** Creole Beach Hotel	x				1010 €	Nouvelles Frontières
Paris	Bali	7	*** Oasis Boutique Beach Resort & Spa	x				966 €	Un Monde Bali
Paris	Bali	7	**** Hôtel Santika Beach	x				1083 €	Un Monde Bali
Paris	République Dominicaine	4	*** Hôtel Ifa Villa Bavaro			x	Tout compris	399 €	Un Monde République Dominicaine
Paris	République Dominicaine	7	**** Hôtel Viva Wyndham Samana			x	Tout compris	833 €	Un Monde République Dominicaine
Paris	Réunion	5	*** Hôtel Iloha	x				1051 €	Nouvelles Frontières
Paris	Réunion	5	**** Palm Hotel and Spa	x				1445 €	Nouvelles Frontières

Les déterminants économiques du tourisme en Polynésie française

Paris	Maurice	7	*** Le Palmiste			×	Tout inclus	1288 €	Nouvelles Frontières
Paris	Seychelles	5	*** Hôtel Valmer resort	×				1150 €	Un Monde Seychelles
Paris	Seychelles	5	**** Le Meridien Barbaron's	×				1365 €	Un Monde Seychelles
Paris	Nouméa	6	*** Hôtel Le pacifique	×				1830 €	Un Monde Nouvelle Calédonie
Paris	Nouméa	6	**** Hôtel ramada Plaza	×				1860 €	Un Monde Nouvelle Calédonie
LAX	Tahiti/Moorea	9	*** (Tipaniers + Tiare)				Y compris transferts inter-iles	1216 €	Air Tahiti Nui
LAX	Moorea	4	**** 1/2 (Pearl resort)					669 €	Air Tahiti Nui
LAX	Bora-Bora	6	**** 1/2			×	Y compris transferts inter-iles	2818 €	Air Tahiti Nui
LAX	Nouvelle Zélande	7	***	×			Y compris la location voiture	1250 €	Air Tahiti Nui
LAX	Hawaï-Kauia	5	***	×				513 €	
LAX	Hawaï-Oahu	6	****	×				1056 €	
LAX	Bali	10	*** 1/2	×				3012 €	

Annexe 3- Comparaison du prix des billets aller-retour avec Air France

	Air France tarifs 01/08 au 14/08 billet aller-retour		
		Economique	Affaires
Martinique	Paris Fort de France	880 € (-70%)	3 552 € (-34%)
Guadeloupe	Paris Pointe a Pitre	918 € (-68%)	2 865 € (-47%)
Réunion	Paris Saint Denis	1 262 € (-56%)	3 458 € (-35%)
Rép. Dominicaine	Paris Saint Domingue	1363 € (-52%)	1705 € (-68%)
Maldives	Paris Malé	1 398 € (-51%)	3 351 € (-37%)
Nouvelle Calédonie	Paris Nouméa	1 685 € (-41%)	3 693 € (-31%)
Seychelles	Paris Mahé	1 526 € (-47%)	3 627 € (-32%)
Fidji	Paris Nadi	2 437 € (-15%)	8 165 € (+ 51%)
Polynésie française	Paris Papeete	2 886 €	5 387 €

Source : site internet www.kelkoo.com

Annexe 4- Liste des hôtels comparés

	Hôtels ★★	Hôtels ★★ ^{1/2}	Hôtels ★★★	Hôtels ★★★ ^{1/2}	Hôtels ★★★★	Hôtels ★★★★ ^{1/2}	Hôtels ★★★★★
Tahiti	-Hôtel Tiare (100 euros) -Hôtel Le Mandarin (120 euros)	-Hôtel Royal Tahitien		-Sheraton Tahiti (300 euros) -Meridien Tahiti (180 euros)	-Radisson Plaza Resort -Sofitel Tahiti Resort -Intercontinental Beachcomber (de 280 à 330 euros)		
Moorea		-Hôtel Kaveka -Hôtel Hibiscus (110 euros)	-Hôtel les Tipaniers (136 euros)	-Moorea Pearl resort and Spa (de 226 à 244 euros) -Sofitel Moorea Beach Resort (de 292 à 326 euros)	-Sheraton Moorea Lagoon resort and Spa (266 à 296 euros) -Intercontinental Beachcomber (300 à 330 euros)		
Bora Bora	-Bora Bora Eden Beach Hotel (bungalow jardin 230 euros)		-Club Med Bora Bora -Hotel Maitai Polynesia (de 176 à 192 euros) -Hôtel Matira (bungalow standard de 128 à 166 euros)	-Novotel Bora Bora Beach Resort (de 146 à 196 euros)	-Sofitel Bora Bora Beach Resort (de 228 à 260 euros) -Sofitel Motu (425 à 486 euros) -Bora Bora Pearl Resort and Spa (suite piscine jardin 500 euros) -Le Meridien (de 466 à 522 euros)	-Bora Bora Nui Resort and Spa (suite vue lagon 568 euros) -Bora Bora Lagoon Resort (de 428 à 500) -Intercontinental Thalasso Spa (bungalow plage de 712 à 792 euros) -Hotel Bora Bora (de 478 à 558) - Intercontinental le Moana Resort (652 à 686)	-St Regis Resort

Les déterminants économiques du tourisme en Polynésie française

Huahiné			- Hôtel Relais Mahana (bungalow jardin 185 à 202 euros)		- Te Tiare Beach Resort (332 euros)		
Raiatea/ Tahaa			-Hawaïki Nui Hotel (218 euros) - Fare d'hotes Pea Iti (300 euros) -La Pirogue (242 euros bungalow jardin)		Vahine Island Private Resort (fare pilotis 340 à 386 euros)	- -Taha'a Island Resort and Spa (suite pilotis 793 à 837 euros)	
Manihi					-Manihi Pearl Beach resort (bungalow plage 234 à 260 euros)		
Tikehau					-Tikehau Pearl Beach Resort (bungalow plage 318 à 360 euro)		
Fakarava			-Maitai Dream Fakarava (bungalow 173 à 182 euros)				
Rangiroa			-Novotel Rangiroa (174 euros)	-Hôtel Kia Ora (bungalow plage 296 euros)	-Hôtel Kia Ora sauvage (372 euros)		
Nuku Hiva			-Nuku Hiva Keikahanui Pearl Lodge (bungalow 140 euros)				
Hiva Oa					-Hiva Oa Hanakee Pearl Lodge (bungalow 190 euros)		
Rurutu	-Hôtel Rurutu Lodges (100 euros)						
Seychelles			-Village du pêcheur		-Hotel l'archipel		-North Island-

Les déterminants économiques du tourisme en Polynésie française

			-Coco de mer (246 à 323 euros)		(chambre deluxe de 332 à 406 euros) -Le Meridien Barbarons (243 à 257 euros)	-Lemuria Resort (suite junior de 691 à 787 euros) -Le Meridien Fishermans Cove (475 à 518)	Seychelles (villa de 3817 à 4121 euros) -Maia Luxury Resort and Spa (villa vue ocean de 1408 à 1931 euros)
Nouvelle Calédonie			- Quality Resort Rivland Nouméa (72 euros)	-Nouvata Park Hotel (120 euros)	-Hôtel La Promenade (suite junior 176 euros) -Le Meridien Nouméa (230 euros) - L'hôtel "Koulnoué-Village" (de 86 à 93 euros le bengalow)	-Hôtel Meridien île des Pins (400 euros) -Hotel Coral Palms Island Resort (bungalow 284 euros)	
Ile Maurice			-Coin de Mire (de 63 à 113 euros) - Palmar Beach Resort (169 à 190 euros) -Manisa Hôtel (112 euros) -Merville Beach Resort (de 114 à 144 euros)		-Heritage Golf and Spa Resort (chambre de luxe de 268 à 348 euros) -La Plantation (163 à 293 euros) -Coco Beach resort (195 à 311 euros)	-Movenpick resort and Spa (de 319 à 388 euros) - Le Meridien (chambre de luxe de 221 à 287 euros) - La Pirogue (de 231 à 304 euros)	-One and Only Le saint Geran (suite junior de 604 à 885 euros) - Royal Palm Hotel (suite junior de 741 à 1151 euros)
Maldives			-Summer Island Village (de 103 à 196 euros pension complète)		-Blue Lagoon (bengalow plage 216 à 432 euros) -Cottage and Spa (bengalow plage 180 à 396 euros)	-Coco Palm Resort and Spa (villa plage de 298 à 316 euros) -Hulhule Hotel Island	-One and only Reethi Rah (villa plage 769 euros)
Indonésie			-Hôtel Puri Santrian (de 57 à 69 euros) - Diwangkara Holiday Villa Bali (chambre supérieure	-Bali Hilton International (de 88 à 103 euros)	-Hôtel Alila Manggis (chambre supérieure 175 euros) -Sheraton Laguna Nusa Dua (chambre	-Meridien Nirwana Golf & Spa (76 à 150 euros) -Intercontinental Resort Bali	

Les déterminants économiques du tourisme en Polynésie française

			à 53 euros)		de luxe 186 euros) -Sheraton Nusa Indah		
Fiji			-The Naviti Resort (126 euros)	- The Resort Walu Beach (206 euros)	-Sheraton Fiji Resort (de 246 à 272 euros)	- Tokoriki Island Resort (bungalow deluxe 393 euros) -Sheraton Denarau villas (chambre de luxe de 290 à 330 euros)	
Iles Cook				-Manuia Beach Hotel (de 170) -Club Raro Resort Rarotonga (de 85) -The Sunset Resort (137)	-Hôtel Aitutaki Lagoon Resort and Spa (de 246 à 273 euros)	-Hôtel Pacific resort (de 218 à 233 euros)	
Réunion			-Novotel St Gilles -Residence Archipel (95 euros)		-Les villas du Lagon (de 200 à 280 euros)		
Guadeloupe			-Hôtel Canella Beach (de 85 à 115 euros) -Hôtel La Maison Créole -Les Résidences Yucca (de 100 à 134 euros)	- Eden Palm Hôtel (de 157 à 270 euros) - Creole Beach Hotel and Resort (100 euros)	-Hôtel Sofitel auberge de la vieille tour (de 120 à 300 euros)		-La Cocoterie (suite double de 112 à 342 euros)
Martinique			-Hôtel Karibea Residence Caribia -Le Diamant Beach (de 72 à 108 euros) -Hôtel Carayou		-Hôtel l'Îlet Oscar (de 310 euros à 370 euros) -Hôtel Sofitel Bakoua (108 euros)	-Cap Est Lagoon Resort and Spa (183 euros)	
Hawaï			- Outrigger Royal Sea Cliff (De 120 à 160 euros) - de	-Kauai Marriott Resort and Beach club (150 euros)	-Hyatt Regency Maui Resort and Spa (340 euros) -Hyatt Regency		-Four Seasons Hualalai (571 euros)

Les déterminants économiques du tourisme en Polynésie française

					Waikiki Resort and Spa (202 euros) -Sheraton Keauhou Bay Resort and Spa -Sheraton Kauai (179 euros)		
Bali			- Hotel Rama Candi Dasa (de 45 à 52 euros) - Heritage Camplung Sari (de 48 à 60 euros)	-Sanur Paradise Plaza Hotel (46 à 69 euros) -The Benoa Beach Front Villas & Spa (de 94 à 135 euros)	-Keraton Bali (de 76 à 96 euros)	-Sheraton Laguna (186 à 233 euros) -The Villas Bali Hotel and Spa (de 174 à 215 euros)	

*Une nuit en chambre double (chambre de catégorie la moins élevée à chaque fois)

Annexe 5- Personnes rencontrées lors de cette étude

Monsieur **Richard BAILEY**, Président directeur général de «Intercontinental Tahiti Resort»

Madame **Sophie BESSOU**, Directrice Commerciale de « Tahiti Nui Travel »

Monsieur **Thierry BUTTAUD**, Directeur général de « South Pacific Management »

Madame **Dany PANERO**, Directrice générale du « GIE tourisme »

Monsieur **Marc REISSINGER**, Directeur délégué du groupe « Accor Polynésie française »

Mademoiselle **Lucile ROTTIER**, Conseillère technique au Ministère du Tourisme

Monsieur **Gérard VANIZETTE**, Chef du Service du tourisme

Monsieur **Julien VUCHER**, Responsable du Service études de l'ISPF

Monsieur **Christophe ZEBROWSKI**, Directeur de cabinet auprès du Ministre du Tourisme