

Le tourisme en Polynésie française En quête d'un second souffle

É
C
L
A
I
R
A
G
E

Le tourisme occupe une place centrale dans l'économie polynésienne : première source d'exportations de biens et services du territoire, l'industrie touristique polynésienne rassemble 2 700 entreprises, qui génèrent 15 % du chiffre d'affaires de la Polynésie française et emploient 16 % des effectifs salariés.

Soumis aux aléas de la conjoncture internationale, en particulier nord-américaine, le produit touristique polynésien a toutefois des difficultés à garder sa place dans un contexte concurrentiel accru. La Polynésie française n'a bénéficié ni de la croissance du tourisme mondial, ni de la dynamique porteuse de la zone Pacifique.

En essor dans les années 1990, la fréquentation s'affiche en retrait sur la décennie. Cette baisse, qui concerne l'ensemble des marchés émetteurs, a pesé sur la rentabilité des établissements hôteliers et entraîné une réduction des capacités d'accueil et de la desserte aérienne, qui sortent affaiblies de la crise. La destination Tahiti montre cependant des signes plus encourageants sur la période récente : la fréquentation s'accroît et l'activité de croisière bénéficie d'une dynamique nouvelle.

Au sortir de « l'économie nucléaire » en 1995, le tourisme a représenté le pilier central du développement des ressources propres de la Polynésie française. Il continue de tenir ce rang, concentrant aujourd'hui la grande part des efforts de relance économique, pour se dégager des cinq années de récession traversées par le territoire. En quête d'un second souffle, ce secteur pourrait être appelé à se renouveler autour de grands projets hôteliers structurants, qui mobiliseraient de nouveaux investisseurs tout en élargissant la clientèle. Un changement d'échelle qui nécessitera aussi de pouvoir s'insérer dans les caractéristiques et l'image actuelles du territoire.

LE TOURISME, PREMIÈRE RESSOURCE DE L'ÉCONOMIE

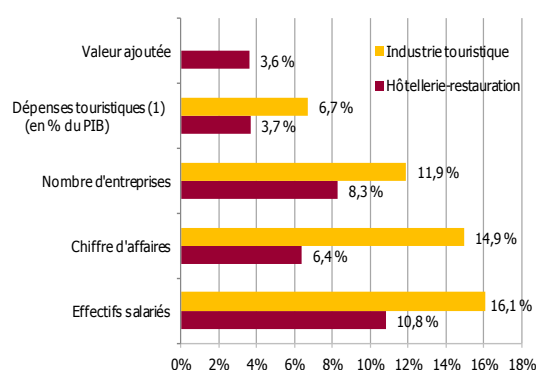
L'industrie polynésienne du tourisme rassemble plus de 2 700 entreprises, soit 12 % du total en 2013. Cette proportion, proche de celle de la Guadeloupe (12 %), est supérieure à celle observée au niveau national (10 %) ou à la Martinique (10,5 %) mais reste inférieure à celle de la Corse (15,6 %).

Au total, près de 9 800 personnes (soit 16 % de l'emploi salarié) travaillent dans les entreprises de ce secteur à forte intensité de main d'œuvre, dont 4 100 dans les services d'hébergement (huit sur dix, soit environ 3 300 exerçant dans l'hôtellerie internationale).

L'hôtellerie-restauration est le secteur le plus important de cette industrie, avec deux tiers des entreprises et des salariés du tourisme en 2013, principalement dans la restauration. L'hôtellerie-restauration représente 3,6 % de la valeur ajoutée de la Polynésie française en 2010 et regroupe 1 900 entreprises fin 2013, soit 8,3 % du tissu d'entreprises du territoire.

Les autres entreprises de l'industrie touristique évoluent dans les transports (25 %), les activités culturelles, récréatives et sportives (4 %), et les autres activités touristiques (3 %).

L'industrie touristique représente 16 % des effectifs salariés polynésiens en 2013



Source : ISPF
(1) Enquête de dépenses touristiques de l'ISPF de 2009

Des recettes importantes et précieuses pour le territoire

En 2013, les touristes ont dépensé en Polynésie française 41 milliards de F CFP. Les recettes générées par l'activité touristique constituent une source importante et précieuse de revenus extérieurs pour l'économie. Première source d'exportation de la Polynésie française, elles représentent 3,5 fois le montant des exportations de produits locaux (12 milliards de F CFP) et pèsent pour près de 37 % dans le total des exportations de biens et services polynésiens. Par ailleurs, la balance entre les dépenses des touristes étrangers séjournant sur le territoire et celles des résidents polynésiens en voyage à l'étranger génère un solde positif de 27 milliards de F CFP et contribue ainsi à l'excédent des transactions courantes de la balance des paiements.

Les touristes terrestres dépensent localement plus de 32 milliards de F CFP : ils contribuent ainsi à hauteur de 78 % aux recettes touristiques totales. Les couples en voyage de noces représentent à eux seuls 29 % du total, avec la dépense moyenne par séjour la plus élevée. La croisière a, pour sa part, engendré 8,9 milliards de F CFP de recettes en 2013, soit 22 % des recettes touristiques totales.

En moyenne, chaque visiteur dépense 250 500 F CFP au cours d'un séjour de 13,4 jours. Le logement et la restauration représentent près des trois quarts de ce budget, les transports sur place 12 %, tandis que les achats divers et les loisirs pèsent 15 %. Le marché nord-américain est le plus rémunérateur et concentre 38 % des dépenses touristiques globales.

Le poids des dépenses touristiques dans le PIB polynésien, de l'ordre de 3,9 % en 2009, est deux fois plus élevé que celui constaté en France et du même ordre de grandeur que celui de Fidji (4,3 %). Il reste nettement inférieur à celui des Samoa (5,8 %), de Vanuatu (7,3 %) ou encore des Maldives (12,6 %).

Des encours bancaires concentrés sur le transport et l'hébergement

Les encours bancaires au secteur du tourisme représentaient 35,5 milliards de F CFP fin 2013, soit 9,6 % des engagements totaux de la place. En 2008, avec 38 milliards de F CFP d'encours, le tourisme pesait davantage (11,3 %) dans l'encours global.

Le secteur des transports, avec 16 milliards de F CFP en 2013, est désormais le principal bénéficiaire des concours consentis en faveur du tourisme : son poids a augmenté de 13 points par rapport à 2008, à la faveur d'investissements importants dans les domaines maritime (construction de la gare maritime, financements de nouveaux bateaux) et aérien (renouvellement partiel de la flotte d'*Air Tahiti*, rénovation des cabines d'*Air Tahiti Nui*). À l'inverse, les encours du secteur de l'hébergement et de la restauration sont en repli de 30 % par rapport à 2008, en lien avec l'arrêt des constructions hôtelières : ils s'élevaient à 15,3 milliards de F CFP en 2013. Le taux de crédits douteux du secteur touristique, qui a triplé depuis 2008, demeure inférieur à la moyenne des entreprises polynésiennes (15,3 % contre 19,1 % en 2013).

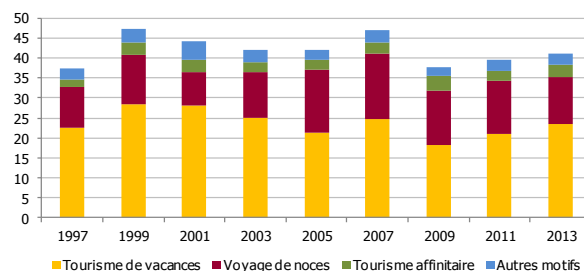
Répartition des engagements dans le secteur du tourisme au 31 décembre 2013

en millions de F CFP	Total encours	Entreprises recensées	Encours moyen*	Taux de douteux
Hôtels et autres services d'hébergement	12 430	162	76,3	14,0 %
Service de restauration (aliments et boissons)	2 849	304	8,9	29,1 %
Service de transport de voyageurs	15 980	141	112,9	13,9 %
Agences de voyage	1 125	39	28,7	55,6 %
Location de matériel de transport	2 061	46	44,5	7,4 %
Services culturels	113	19	5,4	12,7 %
Services récréatifs et autres services de loisirs	977	74	12,8	8,0 %
TOTAL SECTEUR TOURISME	35 536	785	44,8	15,3 %
TOTAL Polynésie hors particuliers	369 562	6 649	55,2	13,5 %

Source : IEOM, Service central des risques (SCR)

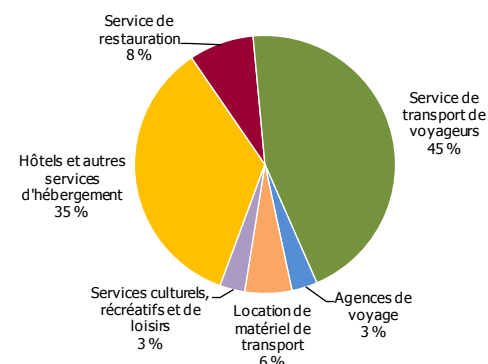
* pour les encours supérieurs au seuil déclaratif de 2500 KF

Dépenses touristiques par motif de séjour
(en milliards de F CFP)



Source : ISPF, Enquête sur les dépenses touristiques

Répartition des encours bancaires dans le tourisme
en décembre 2013



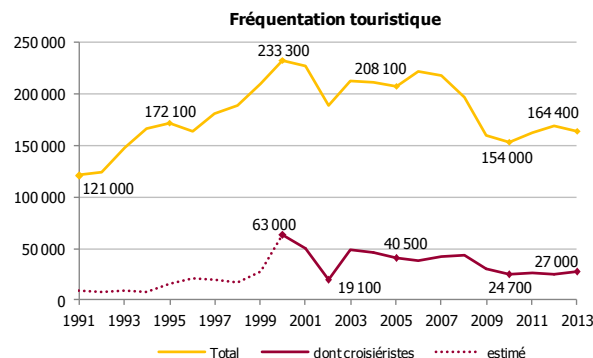
Source : IEOM, Service central des risques

UNE FRÉQUENTATION EN BAISSÉ SUR LA DÉCENNIE

La fréquentation touristique de la Polynésie française a connu une forte croissance dans les années 1990, avec une hausse annuelle du nombre de touristes de 6 % en moyenne : elle a atteint un niveau record en 2000, avec plus de 233 000 visiteurs. Durement touchée en 2002 par la crise du tourisme international consécutive aux événements du 11 septembre 2001, la fréquentation s'est ensuite progressivement redressée jusqu'en 2007 sans pour autant retrouver la dynamique passée.

Depuis 2007, la destination Tahiti enregistre une relative désaffection de sa clientèle : la fréquentation a décliné de manière significative et atteint son niveau le plus bas en 2010 avec 154 000 touristes, un niveau inférieur d'un tiers à celui de l'année 2000.

La période récente donne quelques signes plus encourageants : en 2013, 164 400 touristes se sont rendus en Polynésie, soit 7 % de plus qu'en 2010. Le tourisme terrestre représente l'essentiel (84 %) de ce flux, que complètent les effectifs de croisiéristes (16 %). Cette dynamique se confirme en 2014 : en cumul sur les neuf premiers mois, le nombre de touristes accueillis progresse de 8,3 % par rapport à la même période en 2013, grâce notamment à la clientèle nord-américaine, qui regroupe 69 % des arrivées supplémentaires.



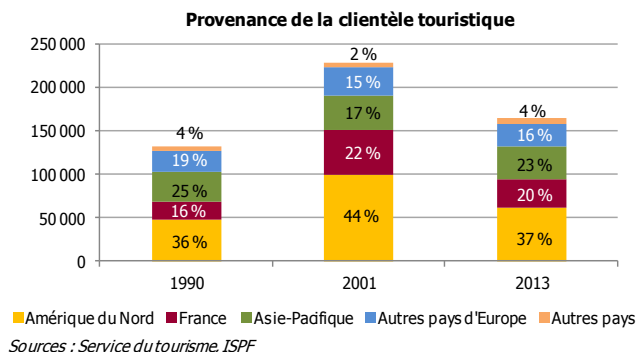
Source : ISPF, C. Blondy (2011)

Le rôle prépondérant des touristes nord-américains

L'Amérique du Nord est la première zone de provenance de la clientèle : elle est à l'origine de 37 % de la fréquentation en 2013, malgré une contraction du nombre de touristes nord-américains de 39 % depuis 2001. Cette désaffection, en partie liée à l'évolution défavorable du taux de change réel du dollar sur la période, explique pour deux tiers le repli global de la fréquentation observée sur la décennie, ce qui confirme le rôle primordial du marché nord-américain pour la destination Tahiti.

Second marché émetteur, le marché européen (35 % de part de marché) est également en repli, en raison de la forte baisse du nombre de touristes français (-35 % par rapport à 2001), moins nombreux qu'auparavant à venir visiter famille et amis.

Les touristes provenant de la zone Asie-Pacifique représentent 23 % des arrivées en 2013. Le Japon est le premier marché émetteur asiatique (8 % des arrivées), loin devant la Chine (à peine 1 %).



L'OFFRE AÉRIENNE FAIT FACE À DE NOMBREUSES CONTRAINTES

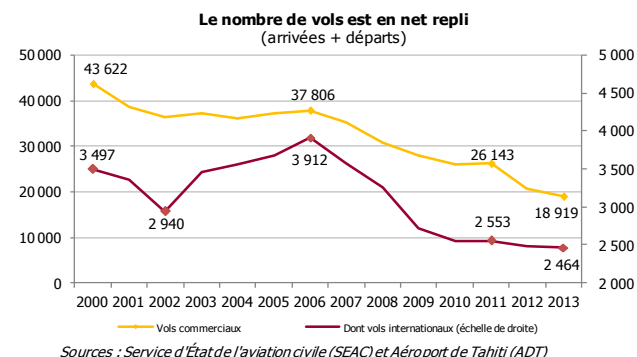
Primordiale, la desserte internationale a perdu en capacité...

L'éloignement de tous continents rend la Polynésie française très dépendante d'une desserte aérienne dont le coût élevé est souvent cité comme un frein au développement touristique du territoire. Sept compagnies internationales relient la Polynésie française à l'Europe (Paris), l'Amérique (États-Unis, Chili), l'Asie (Japon) et l'Océanie (Nouvelle-Calédonie, Nouvelle-Zélande, îles Cook). Avec 65 % de l'offre de sièges en 2013, *Air Tahiti Nui* (ATN), compagnie appartenant au Territoire, est le premier opérateur des liaisons internationales, suivi par *Air France* (15 %) et *Air New Zealand* (8 %). Les vols internationaux représentent 54 % du trafic passagers du seul aéroport international du territoire (*Tahiti Faa'a*) en 2013.

Le nombre de vols commerciaux et le trafic passagers sont orientés à la baisse (-17 % entre 2008 et 2013) mais le coefficient moyen de remplissage des compagnies aériennes progresse sur la période (74 % en 2013 contre 68 % en 2008) sous l'effet de la réduction de l'offre de sièges (-23 %).

Paris et Los Angeles constituent les principaux flux de passagers avec respectivement 38 % (+ 3 points par rapport à 2008) et 25 % de parts de marché en 2013. Auckland représente aujourd'hui 18 % du trafic passagers (contre 12 % en 2008) et Tokyo 8 % (contre 5 %).

Les transports aériens sont marqués par le poids significatif de la clientèle résidente, qui se traduit par une saturation de l'offre aérienne pendant les périodes de vacances scolaires, où les touristes internationaux trouvent peu de places et à des prix élevés. Le coefficient moyen de remplissage des vols internationaux s'élève ainsi en moyenne à 82 % en haute saison (juillet-septembre).



La desserte internationale apparaît limitée au regard des ambitions touristiques affichées, avec en particulier un nombre restreint de destinations desservies en vol direct. Pour retrouver des marges de manœuvre et contribuer à la relance du secteur, la compagnie ATN a récemment ouvert plusieurs chantiers (renforcement de la desserte d'Auckland, développement des accords de code-share, rénovation et à terme renouvellement de sa flotte). Elle mise également sur le développement des marchés en croissance, et en particulier de la clientèle chinoise, avec 10 000 passagers espérés à l'horizon 2016 contre moins de 1 900 en 2013.

TRANSPORTS AÉRIENS : VERS LA CRÉATION D'UNE « DIAGONALE PACIFIQUE » ?

En 2013, sept compagnies seulement se partagent le ciel polynésien. Elles étaient neuf en 1992. La Polynésie française propose des vols directs vers huit destinations, alors que Fidji, par exemple, accueille onze compagnies internationales, qui desservent une quinzaine de destinations. Le nombre de compagnies présentes sur le territoire devrait augmenter dans les prochaines années : le Pays a signé, le 28 août 2014, un accord de coopération avec la Chine permettant d'effectuer jusqu'à quatorze vols par semaine entre l'aéroport de Tahiti-Faa'a et trois villes de Chine (Pékin, Shanghai et Canton).

L'accord prévoit également l'application de la « 5^e liberté de l'air », permettant aux compagnies bénéficiaires d'utiliser Tahiti comme escale commerciale. Cette disposition ouvre la voie à la création d'une éventuelle « Diagonale Pacifique », route aérienne reliant la Chine à l'Amérique latine avec escale à Tahiti. Cette nouvelle route transpacifique, qui prendrait appui à Santiago du Chili, permettrait aux passagers reliant l'Asie à l'Amérique du Sud de gagner un temps considérable. Elle constituerait pour l'escale de Tahiti un vecteur de développement touristique majeur.

Afin d'être en capacité de recevoir des flux passagers plus importants dans de meilleures conditions, 2 milliards de F CFP ont été investis en 2014 par la société Aéroport de Tahiti (ADT) pour rénover l'aéroport, dont 75 % dédiés à la réfection de la piste. Les travaux concernent également l'extension de l'espace des arrivées internationales, en particulier de la salle de livraison des bagages.

... et les liaisons interîles sont en difficulté

La desserte aérienne des archipels est assurée par le groupe privé local *Air Tahiti*, qui offre un programme de liaisons régulières vers 47 des 67 îles habitées de la Polynésie française. Le trafic passagers de la compagnie s'élève à 722 600 en 2013, dont 35 % concernent les touristes internationaux. Parmi eux, la clientèle nord-américaine représente 37 % du trafic touristique, en progression de 3,6 points par rapport à 2007, tandis que la part des passagers français reste stable sur la période (20 %). Par ailleurs, 16 % des passagers internationaux de la compagnie sont acheminés par avion vers les îles dans le cadre d'une croisière (contre 20 % en 2007).

La faiblesse de l'activité économique polynésienne et le repli de la fréquentation touristique se reflètent dans l'évolution du trafic aérien domestique : le nombre de passagers sur les lignes intérieures s'est replié de 3,5 % en moyenne annuelle sur les cinq dernières années. La réduction du trafic des résidents est nettement plus marquée que celle des touristes internationaux (-23 % contre -10 % entre 2007 et 2013). Dans le même temps, le nombre de sièges offerts par Air Tahiti a été ajusté à la baisse (-8 %).

Depuis 2008, et à l'exception de l'année 2010, les taux de remplissage (64 % en 2013) sont cependant inférieurs aux taux d'équilibre, ce qui se traduit par des résultats d'exploitation négatifs pour la compagnie. *Air Tahiti* prévoit en conséquence une réduction d'environ 20 % de son programme de vol en 2015, qui affecterait en particulier les fréquences de desserte des Tuamotu et des Marquises. L'absence de schéma directeur du transport aérien et d'une Délégation de Service public, relevée dans un rapport de la Chambre territoriale de la Cour des comptes publié début 2014, ne facilite pas la structuration de la desserte domestique.

L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE A SUBI LE REPLI DE LA FRÉQUENTATION

L'offre hôtelière s'appuie sur une hôtellerie d'envergure internationale, concentrée sur les îles de Bora Bora, Tahiti et Moorea, qui offre deux tiers des 4 240 chambres que compte le territoire en 2013, et emploie huit salariés de l'hôtellerie sur dix.

Elle rassemble à la fois de grands groupes internationaux comme *Starwood* (*Le Méridien*, *Saint Regis*), *Accor* (*Sofitel*), *Hilton* (à Moorea et Bora Bora), *Intercontinental* (à Tahiti, Moorea et Bora Bora), et des entreprises locales, comme *South Pacific Management* (*Pearl Resorts*, dont *Le Tahaa*, labellisé *Relais & Châteaux*) ou *Maitai* (Bora Bora, Rangiroa et Huahine). La clientèle de ces établissements est essentiellement constituée de touristes internationaux : les résidents représentent seulement 13 % des nuitées vendues, et sont de moins en moins nombreux (18 % des nuitées en 2009).

L'offre hôtelière a dû s'adapter au repli de la fréquentation touristique : entre 2000 et 2013, la capacité d'accueil de l'hôtellerie internationale a diminué de 500 chambres (-15 %). Fin 2013, on dénombre 45 établissements hôteliers en activité, dont 40 dans l'archipel de la Société. Seuls trois établissements hôteliers demeurent ouverts aux Tuamotu et deux aux Marquises.

L'hôtellerie internationale sort affaiblie de la crise...

La capacité hôtelière n'a cessé de croître jusqu'en 2009, dynamisée par les dispositifs de défiscalisation. Entre 2007 et 2010, avec la chute de la fréquentation touristique, la Polynésie française a pâti d'un « effet ciseau » (moins de touristes pour davantage de structures d'accueil) qui a pesé sur la rentabilité des établissements et entraîné la fermeture de plusieurs unités d'importance. Ainsi, entre 2009 et 2013, le parc hôtelier s'est réduit de sept hôtels, de même que le nombre de chambres offertes à la location (-19 %).

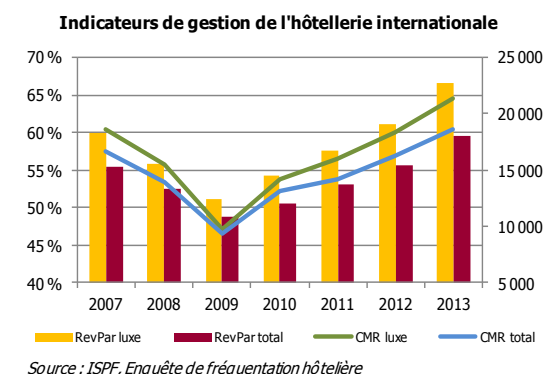
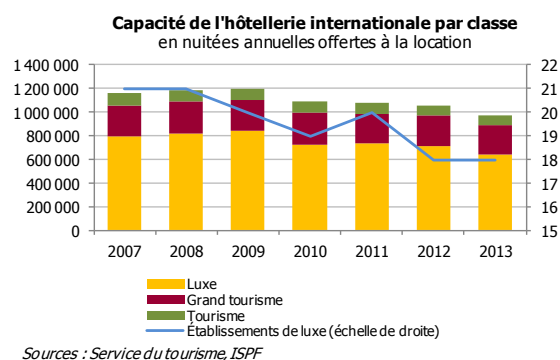
Cette diminution des capacités d'accueil a contribué à la restauration progressive des performances des établissements qui ont résisté à la crise. Le taux moyen de remplissage (CMR) des hôtels s'est accru de 14 points, pour atteindre 60 % en 2013. Il n'a toutefois pas retrouvé son niveau d'avant crise (62 % en 2006).

... mais améliore ses indicateurs de gestion, en particulier dans la gamme luxe

Les indicateurs de gestion, qui s'étaient sensiblement dégradés, s'améliorent en parallèle progressivement depuis 2009 : le revenu par chambre disponible (RevPar) progresse notamment de deux tiers en cinq ans.

La gamme luxe domine le secteur de l'hôtellerie internationale avec 19 établissements classés 4 ou 5 étoiles et 70 % des chambres vendues en 2013. La clientèle y est principalement américaine (34 %) et européenne (27 %), les résidents polynésiens représentant 12 % des chambres vendues dans cette gamme.

Les établissements de luxe présentent des indicateurs de gestion plus favorables avec un taux de remplissage de 65 % et un revenu par chambre disponible de 22 700 F CFP contre 18 000 F CFP en moyenne sur la Polynésie française.



En juillet 2014, le parc hôtelier classé s'est enrichi du complexe The Brando, hôtel de très haut de gamme qui affiche la volonté de limiter son impact sur l'environnement, implanté par le groupe *Beachcomber* sur l'atoll de Tetiaroa.

BORA BORA, VITRINE TOURISTIQUE DE LA POLYNÉSIE FRANÇAISE

La présence sur l'île, entre 1942 et 1946, des troupes américaines, qui en font leur base de ravitaillement dans le Pacifique Sud, a joué un rôle déterminant dans l'essor de Bora Bora en tant que destination touristique. La piste d'aéroport construite par les américains permet l'ouverture d'une liaison Paris-Bora-Bora dès 1958. En 1961, le premier hôtel de Bora Bora est ouvert au sud de l'île par trois américains : il compte 18 bungalows de luxe et accueille régulièrement des stars hollywoodiennes qui contribuent à établir l'image de la destination.

Depuis, le tourisme n'a cessé de se développer sur l'île, autour d'une hôtellerie internationale de luxe et de ses célèbres bungalows sur pilotis. En 2013, le parc hôtelier de Bora Bora est composé de onze établissements (soit 826 chambres), dont huit classés 4 ou 5 étoiles, et est complété par quatorze pensions, dont deux classées, offrant 69 chambres supplémentaires. L'hôtellerie de Bora Bora bénéficie de coefficients moyens de remplissage supérieurs en 2013 de 5 points à la moyenne polynésienne (60 %) et d'indicateurs de gestion nettement plus favorables, avec un revenu par chambre disponible supérieur de 74 %.

En 2013, 65 % des touristes en séjour en Polynésie française se sont rendus à Bora Bora, contre 53 % en 2008. L'île incarne le rêve polynésien et séduit une clientèle majoritairement américaine et 86 % des couples en voyage de noces. Au total, les nuitées des touristes sur Bora Bora représentent également 35 % des nuitées polynésiennes en 2013, devant Tahiti (33 %) et Moorea (24 %).

La petite hôtellerie familiale, seule offre dans les archipels éloignés...

La petite hôtellerie constitue, dans de nombreuses îles, l'unique possibilité d'hébergement et d'accueil touristique. Elle représente un tiers de la capacité d'hébergement polynésienne avec 1 382 chambres ou bungalows répartis dans de nombreuses petites structures familiales, concentrées sur l'archipel de la Société (60 % des établissements en 2013) et aux Tuamotu-Gambier (24 %). Occupant un millier de personnes, à temps plein ou partiel, la petite hôtellerie familiale représente un acteur essentiel de la vie économique des archipels, notamment éloignés (Marquises, Australes et Tuamotu-Gambier).

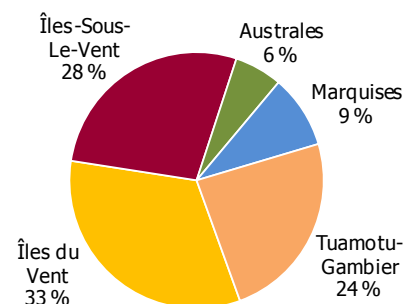
Ces pensions hébergent aussi bien des résidents polynésiens (en moyenne un tiers de la clientèle) que des touristes internationaux désireux de visiter des îles moins fréquentées. Dans les archipels des Marquises et des Australes, où les pensions de famille complètent une offre hôtelière limitée pour l'un, inexistante pour l'autre, les touristes représentent 75 % des nuitées en 2013. Ils sont en revanche 60 % aux Îles du Vent, où l'offre d'hébergement est plus variée.

Sur les cinq dernières années, la capacité de l'hôtellerie familiale s'est accrue de 3 %, avec l'ouverture de 24 nouvelles structures. L'activité n'est cependant pas épargnée par la crise : en baisse de 6 points depuis 2007, le taux moyen de remplissage des pensions de famille est particulièrement faible (25 % en 2013).

Il est légèrement plus favorable dans les établissements classés (29 % contre 21 %), et dans les pensions situées aux Îles du Vent (29 %, contre 21 % dans les archipels éloignés), mais reste bien souvent insuffisant pour dégager les capacités de financement nécessaires au développement du produit proposé.

Répartition géographique de la petite hôtellerie en 2013

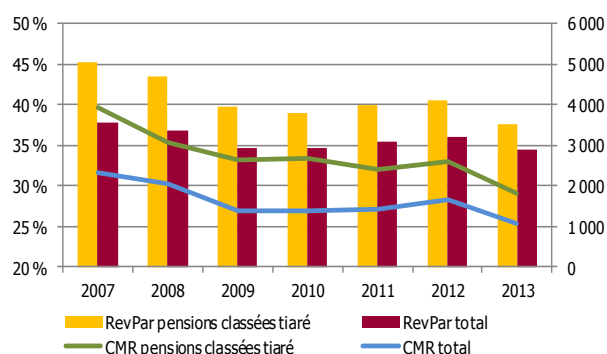
(en unités commercialisées)



Source : Service du tourisme

... doit continuer à se structurer

Indicateurs de gestion de l'hôtellerie familiale



Source : ISPF, Enquête de fréquentation hôtelière

Au total, moins de 10 % des touristes séjournent en petite hôtellerie familiale (+1 point entre 2007 et 2012). Ce mode d'hébergement séduit davantage la clientèle européenne : les pensions de famille attirent près d'un quart des touristes français et 10 % des autres visiteurs européens. En revanche, seuls 2 % des touristes américains se tournent vers la petite hôtellerie familiale.

Le gouvernement a lancé, en avril 2014, un plan de promotion du tourisme en pensions de famille, dont l'objectif est d'attirer 1 000 touristes supplémentaires dans ces structures en un an. Développé en partenariat avec l'Association des hôtels de famille de Tahiti et ses îles, le GIE Tahiti Tourisme et la compagnie ATN, ce plan de promotion se traduit par un développement de la labellisation, l'élaboration de forfaits associant vol et hébergement et l'ouverture du site Internet « *Voyage au cœur des traditions polynésiennes* », accompagnée d'une campagne de communication.

DES PENSIONS DE FAMILLE LABELLISÉES POUR D'AVANTAGE DE VISIBILITÉ

Les établissements de la petite hôtellerie familiale font l'objet d'une classification en nombre de « tiarés » établie par la Tahiti Tourism Authority, reposant sur les attraits touristiques de leur site d'implantation et sur les installations et services proposés. À fin juillet 2014, sur les 298 structures en activité, à peine un quart faisaient l'objet d'une classification : 24 ont reçu trois tiarés, 30 deux tiarés et 24 un tiaré. Par ailleurs, l'Association des hôtels de famille de Tahiti et ses îles tente de promouvoir la qualité par le biais d'une charte garantissant pour les clients une qualité d'accueil, d'authenticité et de découverte des cinq archipels de la Polynésie française. En collaboration avec le GIE Tahiti Tourisme, l'association a créé le label « Ia ora, au cœur des traditions ». Attribué à 103 établissements, il vient en complément du classement administratif par tiaré.

L'édition 2014-2016 du recueil professionnel « Ia Ora, au cœur des traditions », publié en juin 2014 et qui rassemble l'ensemble des pensions de famille labellisées, a été tirée à 20 000 exemplaires à destination de 500 tour-opérateurs et agents de voyage dans le monde afin d'accroître la visibilité encore limitée de ces établissements à l'international.

LA CROISIÈRE A DE NOUVEAU LE VENT EN POUPE...

La croisière est un secteur en plein essor dans le monde : le nombre de croisiéristes a été multiplié par 2,5 cette décennie. L'activité est dominée par les marchés caribéens et méditerranéen (respectivement 46 % et 30 %), le Pacifique Sud ne représentant que 4 % de l'activité mondiale.

En Polynésie française, la croisière traverse une période de crise à partir de 2009, liée à une désaffection des principaux opérateurs vis-à-vis de la destination. Les retraits des navires de *Princess Cruises* sous convention (*Tahitian & Pacific*), et du *Star Flyer* se sont traduits par une chute du nombre d'escales à un minimum de 430 en 2011. Depuis, l'activité de croisière semble s'inscrire de nouveau dans une dynamique plus porteuse : le nombre d'escales progresse et dépasse les 450 en 2013 puis 600 en 2014, grâce au retour ou à l'engagement supérieur de plusieurs compagnies.

La croisière interîles s'opère sous forme de circuit dans les îles au départ de Tahiti, à bord de deux navires sous pavillon polynésien (le *MS Paul Gauguin* et l'*Aranui*) et plus récemment du *Windspirit* (groupe *Carnival*). Elle est pratiquée par une clientèle majoritairement nord-américaine (58 % des croisiéristes en 2013) et européenne (25 %), préacheminée par avion. En 2013, la Polynésie française a accueilli dans ce cadre 27 000 croisiéristes (+7 % sur un an), ce qui constitue 16 % de l'ensemble de ses touristes. Le nombre de croisiéristes reste cependant à ce stade inférieur de 45 % à celui enregistré en 2003 (48 800 croisiéristes).

... grâce aux escales transpacifiques

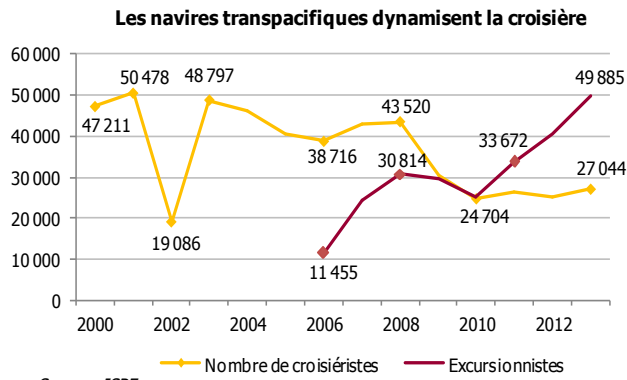
Le trafic transpacifique vise quant à lui les paquebots incluant la Polynésie française comme escale dans leur circuit dans l'océan Pacifique. On parle alors d'excursionnistes, qui ne sont pas comptabilisés comme des touristes dans la mesure où leur séjour ne comporte aucune nuitée sur place. Ces circuits transpacifiques se développent : le nombre d'excursionnistes transitant dans ce cadre, après deux années consécutives de diminution en 2009 et 2010, continue sa progression pour atteindre 50 000 en 2013 (soit +62 % en 5 ans), du fait de l'augmentation des rotations de paquebots internationaux ayant une capacité d'accueil plus importante.

Le développement d'une approche promotionnelle régionale, réunissant huit destinations insulaires du Pacifique Sud¹ au sein de la *South Pacific Cruise Alliance*, devrait encourager cette évolution. Le *Tahiti Cruise Club*² escompte au total un tiers d'escales transpacifiques supplémentaires à Papeete à l'horizon 2015.

La tendance à l'augmentation de la taille des navires (la *Vista class* de 294 mètres devient un standard pour de nombreuses compagnies) devrait induire à terme une concentration des circuits sur trois ou quatre escales polynésiennes capables d'accueillir de tels navires (Papeete, Moorea, Bora Bora, et éventuellement Fakarava). Pour les îles ayant des capacités d'accueil plus réduites ou des passes impraticables pour ces grands navires, l'arrivée de navires de plus petite taille, mais généralement haut de gamme, sera nécessaire.

La plaisance, une pratique encore marginale

La configuration de l'espace polynésien, caractérisé par ses îles en chapelets et ses lagons balisés, constitue un atout pour le développement d'un autre segment touristique : la navigation charter et notamment le charter grande plaisance. Marché de niche à haute rentabilité, ce dernier est en plein essor au plan mondial, mais il demeure embryonnaire en Polynésie française : le charter nautique est composé d'une centaine de navires, chiffre qui n'a que peu évolué depuis 2007, quand la flotte comptait 90 navires.



¹ Les Samoa américaines, les îles Cook, les Fidji, le Royaume de Tonga, la Nouvelle-Calédonie, Pitcairn, Samoa et la Polynésie française.

² Créé en 2009, le *Tahiti Cruise Club* est une association regroupant l'ensemble des acteurs institutionnels et privés du secteur de la croisière.

La majeure partie de l'activité de plaisance est basée à Raiatea, en raison de sa situation privilégiée au centre des Îles-sous-le-vent. La clientèle est essentiellement internationale. Les touristes français en représentent 28 % et les résidents de Polynésie française 14 %.

En parallèle, on estime que 60 yachts de passage et 600 plaisanciers en voilier injectent respectivement 900 millions et 210 millions de F CFP chaque année dans l'économie du Pays. Afin de favoriser le tourisme nautique, le gouvernement a assoupli en 2013 le régime d'admission temporaire des plaisanciers. De même, une nouvelle marina devrait être ouverte au second trimestre 2015 à Papeete, qui permettra d'accueillir 80 bateaux supplémentaires.

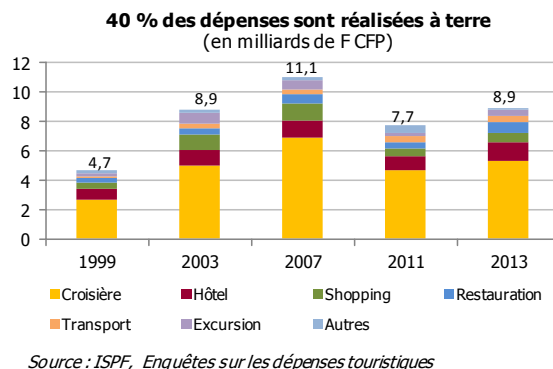
LA CROISIÈRE : UNE ACTIVITÉ AUX RETOMBÉES ÉCONOMIQUES NON NÉGLIGEABLES

Les dépenses des seuls croisiéristes sont estimées à 8,9 milliards de F CFP en 2013 (hors transport aérien international), auxquelles il conviendrait d'ajouter celles des excursionnistes en transit, difficiles à estimer. Environ 40 % des dépenses sont réalisées à terre (60 % sont consacrées au coût de la croisière). Au total, l'activité de croisière a engendré 22 % des recettes touristiques de la Polynésie française en 2013.

Les croisiéristes sont plus dépensiers que les touristes terrestres, avec des dépenses moyennes par séjour supérieures : 331 000 F CFP contre 235 000 F CFP en 2013 : ils dépensent moins en hôtellerie, restauration et transport, mais en revanche 25 % de plus en loisirs et excursions.

Ces retombées économiques pourraient être optimisées : selon les professionnels, les dépenses moyennes à terre par escale et par passager avoisineraient les 3 500 F CFP hors excursion et hébergement, alors que de nombreuses destinations concurrentes parviennent à des dépenses moyennes de 6 000 F CFP.

Les recettes de la taxe pour le développement de la croisière progressent depuis 2011 et s'élèvent à 106 millions de F CFP en 2013 (+32 % sur un an).



VERS UN REDÉMARRAGE DURABLE DU SECTEUR ?

La création de la marque « Tahiti et ses îles », cœur d'une nouvelle promotion

La valorisation de la Polynésie française comme destination touristique est assurée par le GIE Tahiti tourisme. Le groupement d'intérêt économique est en charge des actions de promotion, de communication et d'accueil du territoire. Le GIE participe notamment à de nombreux salons à l'international et en France. Il est financé quasi exclusivement sur fonds publics, pour moitié par les recettes de la redevance de promotion touristique, liées à la fréquentation, l'autre moitié provenant de subventions accordées par le Pays.

La nouvelle marque « Tahiti et ses îles » du GIE Tahiti tourisme a été dévoilée en juin 2014 aux cinq principaux marchés émetteurs de touristes, sur les quatorze marchés ciblés. Cette marque s'accompagne d'une nouvelle promotion de la Polynésie française, en termes de charte graphique, de langage marketing et de présence sur Internet (nouveau site et clip promotionnel). Tahiti tourisme souhaite ainsi se démarquer des destinations concurrentes en mettant en avant la culture et le mode de vie polynésien, mieux que les bungalows à pilotis et la beauté des paysages.

L'objectif affiché est d'accueillir 200 000 touristes en 2015. À plus long terme, le Pays souhaite attirer 300 000 touristes d'ici 2018, une progression de la fréquentation touristique de 82 % en cinq ans ambitieuse et volontariste au regard de la dynamique actuelle du secteur et des capacités d'accueil, en particulier sur Tahiti. Conscients de cette problématique, les acteurs du tourisme cherchent à encourager le renforcement du parc en favorisant l'émergence de nouveaux projets hôteliers structurants.

DE GRANDS PROJETS HÔTELIERS POUR RENFORCER LA CAPACITÉ D'ACCUEIL

Sous l'impulsion du gouvernement, qui fait du tourisme un des axes majeurs de la relance économique, plusieurs projets pourraient venir accroître la capacité hôtelière du territoire, notamment en prévision de l'ouverture d'une liaison aérienne avec la Chine et de l'augmentation de la fréquentation touristique chinoise qui en découlerait.

L'offre hôtelière devrait tout particulièrement se développer sur Tahiti, porte d'entrée du territoire, afin de renforcer l'attractivité de l'île et d'attirer des touristes désireux d'y séjourner plusieurs nuits avant de découvrir les autres archipels. Le complexe touristique *Tahiti Mahana Beach* pourrait dans cette optique voir le jour sur une zone d'aménagement prioritaire de 53 hectares à Punaauia. Toutefois, le projet reste à finaliser et les investisseurs à trouver. En parallèle, un projet de complexe hôtelier de luxe est en recherche d'investisseurs sur la côte ouest de Tahiti, à Papara, autour du golf d'Atimaono. Le complexe *Moorea Mahana Beach* est également en phase d'étude sur l'île sœur Moorea, sur le site de 14 hectares de l'ancien *Club Med* à Haapiti.

De tels investissements impliquent également un effort accru des différents acteurs en matière de formation professionnelle aux métiers de l'hôtellerie, en adéquation avec les besoins des établissements haut de gamme visés.

Le potentiel des archipels éloignés reste à développer

L'activité touristique se concentre essentiellement dans l'archipel de la Société, sur quelques îles de renommée internationale (Bora Bora, Moorea) où se rendent deux tiers des touristes.

Les archipels éloignés restent peu visités (à l'exception de Rangiroa qui a accueilli 18 247 touristes en 2013, dont la moitié dans le cadre d'une escale de croisière), en raison de difficultés d'organisation, du coût du transport et d'une offre d'hébergement limitée ou peu qualitative.

L'activité de croisière facilite à cet égard l'accès aux archipels éloignés, comme aux Marquises, où les trois quarts des touristes arrivent par la mer grâce au circuit assuré par l'*Aranui III* et aux escales du *Paul Gauguin*. Dans cet archipel, où le tourisme est encore peu développé et rythmé par les rotations des navires de croisière, la Communauté de communes (CODIM) cherche à doubler le nombre de visiteurs en dix ans tout en préservant le cadre attractif du lieu. Elle souhaite pour ce faire développer un tourisme vert, en créant des sentiers de randonnées et culturel, en mettant en avant le patrimoine des Marquises.

Fréquentation touristique des îles en 2013

	Touristes		Croisiéristes	
	nombre	en %	nombre	en %
Tahiti	132 466	81	18	18
Bora Bora	106 890	65	23	23
Moorea	105 462	65	24	24
Huahine	36 578	22	64	64
Raiatea	31 088	19	69	69
Tahaa	21 023	13	61	61
Rangiroa	18 247	11	48	48
Îles Marquises	10 831	7	76	76
Autres Tuamotu	8 439	5	42	42
Fakarava	5 554	3	42	42
Maupiti	3 564	2	14	14
Îles Australes	1 899	1	67	67
Polynésie française	164 393	100	16	16

Source : ISPF - Enquête de dépenses touristiques 2013

Note de lecture : en 2013, 65 % des touristes se sont rendus à Bora Bora, dont 23 % dans le cadre d'une croisière.

Une ambition à concrétiser

Soumis aux aléas de la conjoncture internationale, en particulier nord-américaine, et à une demande en mutation, le produit touristique polynésien peine à trouver sa place, dans un contexte concurrentiel accru, notamment dans le tourisme de luxe. Identifié comme principale ressource propre de la Polynésie française, le tourisme concentre aujourd'hui les efforts de relance économique, après cinq années de crise sur le territoire. Le secteur constitue un enjeu de développement pour l'ensemble de la Polynésie française.

La quête d'un second souffle se traduit dans une ambition politique de renouveler le secteur autour de grands projets hôteliers structurants, notamment à Tahiti, qui mobiliseraient de nouveaux investisseurs tout en élargissant la clientèle. L'ampleur des projets considérés soulève des enjeux financiers et environnementaux et pose des défis de développement et de formation professionnelle. Ce changement d'échelle nécessitera également de pouvoir s'insérer dans les caractéristiques et l'image actuelles du territoire.

LA POLYNÉSIE FRANÇAISE RESTE À L'ÉCART DE LA CROISSANCE DU TOURISME MONDIAL

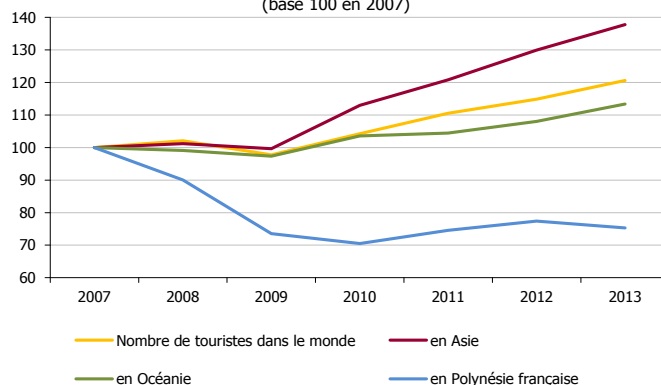
Selon l'Organisation mondiale du tourisme, 1,087 milliard de touristes ont voyagé dans le monde en 2013 (+5 % sur un an), soit près de deux tiers de touristes supplémentaires par rapport à 2000. Le tourisme est en plein essor dans la région Asie-Pacifique, où le nombre de touristes a plus que doublé en treize ans, et affiche la croissance la plus élevée (+6 % en 2013). En particulier, 12,5 millions de visiteurs se sont déplacés en Océanie en un an (+5 % par rapport à 2012). Un succès qui se prolonge en 2014, la fréquentation de la zone progressant encore de 6 % entre janvier et août.

En Océanie coexistent les destinations dites de « grandes terres » (l'Australie et la Nouvelle-Zélande - respectivement 48 % et 20 % des touristes de la zone) et des « archipels paradisiaques ». Dans cette seconde catégorie, Hawaï domine le marché, avec 8 millions de touristes en 2013. Parmi les territoires et petits États insulaires du Pacifique, Guam est la destination la plus fréquentée : l'île a accueilli un million de touristes en 2013, contre 661 000 visiteurs aux îles Fidji.

La Polynésie française n'a bénéficié ni de la croissance du tourisme mondial, ni de la dynamique porteuse de la zone Pacifique. Nettement distancée par ses concurrents historiques, la Polynésie française (164 000 touristes en 2013) est peu à peu rattrapée par de nouvelles destinations : les îles Cook (122 000), les îles Samoa (126 000) ou encore les îles Vanuatu (108 000), qui accueillent pourtant entre 4 et 3 fois moins de touristes qu'elle en 1990. La contribution directe du tourisme dans ces petites économies insulaires s'élève à 12 % de leur PIB en 2013 et le secteur représente 17 % de l'emploi salarié, des chiffres en progression depuis 2009.

Le boom du tourisme ne profite pas à la Polynésie

Évolution comparée du nombre de touristes
(base 100 en 2007)



Sources : Service du tourisme, ISPF, OMT

Toutes les publications de l'IEOM sont accessibles et téléchargeables gratuitement sur le site www.ieom.fr

Directeur de la publication : N. de SÈZE – Responsable de la rédaction : P.-Y. LE BIHAN

Éditeur et imprimeur : IEOM

Achévé d'imprimer : Janvier 2015 – Dépôt légal : Janvier 2015 – ISSN 1968-6277