



Le tourisme : la clef du développement économique en Polynésie française. Quelles caractéristiques, limites et perspectives ?



Sylvain Petit, maître de conférences en sciences économiques, Université de Polynésie Française

Contact: Tél.:40-86-64-32

ou 87-79-32-40 –
sylvain.petit@upf.pf

<https://sites.google.com/site/sylvainpetitperso/>

Présentation

Master (Université de Lille) en économétrie appliquée

Thèse (Université de Lille) sur le tourisme international

- ✓ Analyse de l'organisation de la production
- ✓ Flux croisés
- ✓ Impacts sur les inégalités de salaires

Maître de conférences à Valenciennes

- ✓ Continuité sur le tourisme international
- ✓ Collaboration avec la région Nord-Pas de Calais pour étudier la performance touristique de la région et sa compétitivité

Présentation

Maître de conférence à l'UPF depuis un an

- ✓ Responsable de la licence professionnelle hôtellerie/tourisme
- ✓ Organisateur de la conférence des 14 et 15 juin

Présentation de la conférence

- 1. Définitions**
- 2. Place du tourisme dans l'économie internationale**
- 3. Place du tourisme dans l'économie de la Polynésie française**
- 4. Bilan des années précédentes**
- 5. La situation actuelle**
- 6. Le nouveau contexte**
- 7. Perspectives et autres enjeux**

1. Définitions

C'est quoi le tourisme ?

Voyageur : « toute personne qui se déplace entre deux ou plusieurs pays ou entre deux ou plusieurs localités dans son pays de résidence habituelle »

Visiteur : « toute personne qui se déplace vers un lieu situé en dehors de son environnement habituel pour une durée inférieure à douze mois et dont le motif principal de la visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité ».



1. Définitions

C'est quoi le tourisme ?

Le visiteur : 3 critères

- Critère n° 1 : critère de résidence (déplacement dans un lieu **qui n'est pas le lieu de résidence habituel**)
- Critère n° 2 : critère de durée maximale de séjour (12 mois ; au-delà, la personne devient **un résident du pays visité**)



1. Définitions

C'est quoi le tourisme ?

Le visiteur : 3 critères

Critère n° 3 : critère de motivation du voyage : activité non rémunérée.

Selon l'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme : UNWTO), il existe 8 motifs de voyage :

- Loisirs, détente, vacances (agrément)
- Visite à des parents et amis
- Affaires et motifs personnels
- Traitement médical
- Religion/pèlerinage
- Éducation
- Shopping
- Transit et autres



1. Définitions

C'est quoi le tourisme ?

2 catégories de visiteurs :

- Excursionnistes = visiteurs, internes ou internationaux, **ne passant pas la nuit** dans le pays visité (visite à la journée).
- Touristes = visiteurs, internes ou internationaux, qui passent **au moins une nuit** dans le lieu visité.



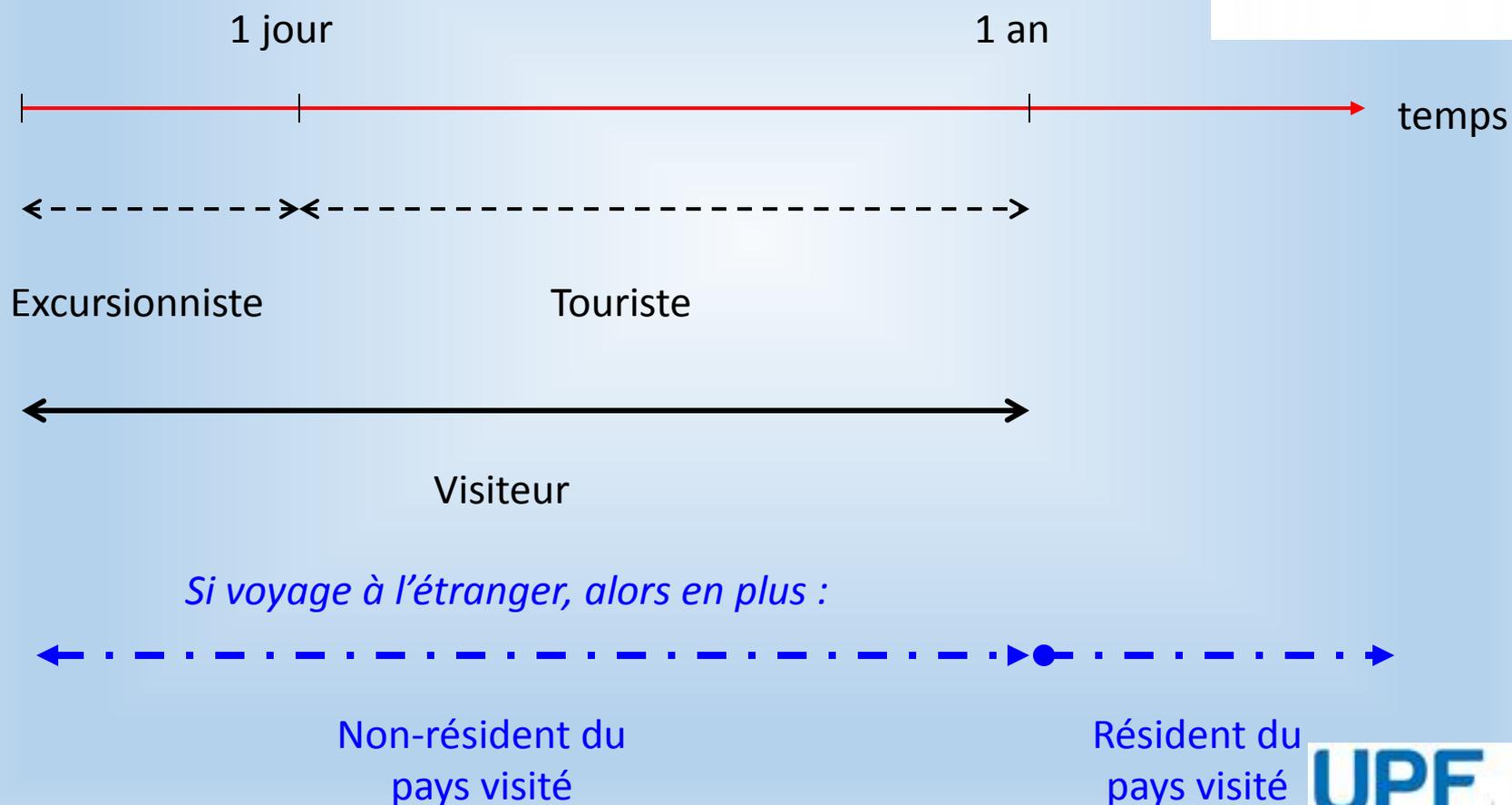
1. Définitions

C'est quoi le tourisme ?

- Définition du touriste (OMT/OMC) :
« Toute personne voyageant et séjournant dans des lieux en dehors de son environnement habituel, pendant une période ininterrompue ne dépassant pas une année, mais supérieure à une nuit, pour des motifs de loisirs, d'affaires ou autres ».



Le critère de la durée : bilan



1. Définitions

C'est quoi le tourisme ?

- Définition du touriste international

« Toute personne, non résidente étrangère, ou nationale résidant à l'étranger, passant au moins une nuit dans le pays visité, mais moins d'un an, dans un but autre que d'y exercer une profession rémunérée »



1. Définitions

Pourquoi ces définitions ?

Objectifs : mesurer l'apport d'activités qui ne sont pas comptabilisées (non marchande ou marchande mais difficile à appréhender)

Comptes « satellites » au sens de comptes supplémentaires aux comptes nationaux

Premières ébauches : années 1980, travail pionnier de la France et normes canadiennes qui deviennent les bases

1. Définitions

Pourquoi ces définitions ?

L'approfondissement des CST :

- Années 80 : lignes directrices
- 1991 : conférence d'Ottawa (établissement des définitions et classification des activités touristiques à l'aide des CST)
- 1991-1999 : OMT/OCDE/Eurostat : mesure de l'impact économique du tourisme

1. Définitions

En Polynésie, pas de CST

mais beaucoup de données fournies par ISPF

2. Place du tourisme dans l'économie internationale

Quelques chiffres au niveau mondial

- 1,235 million de touristes en 2016
- (tourisme récepteur)
- 1,220 milliard de \$ de recettes internationales
- 7 % des exportations mondiales : 3^e secteur après la chimie et les carburants et devant l'automobile et l'industrie alimentaire
- 1^{re} catégorie de services (apports économiques supérieurs à la finance, aux services d'assurance, etc.)



2. Place du tourisme dans l'économie internationale

Quelques chiffres au niveau mondial

→ 10 % du PIB et de l'emploi mondial

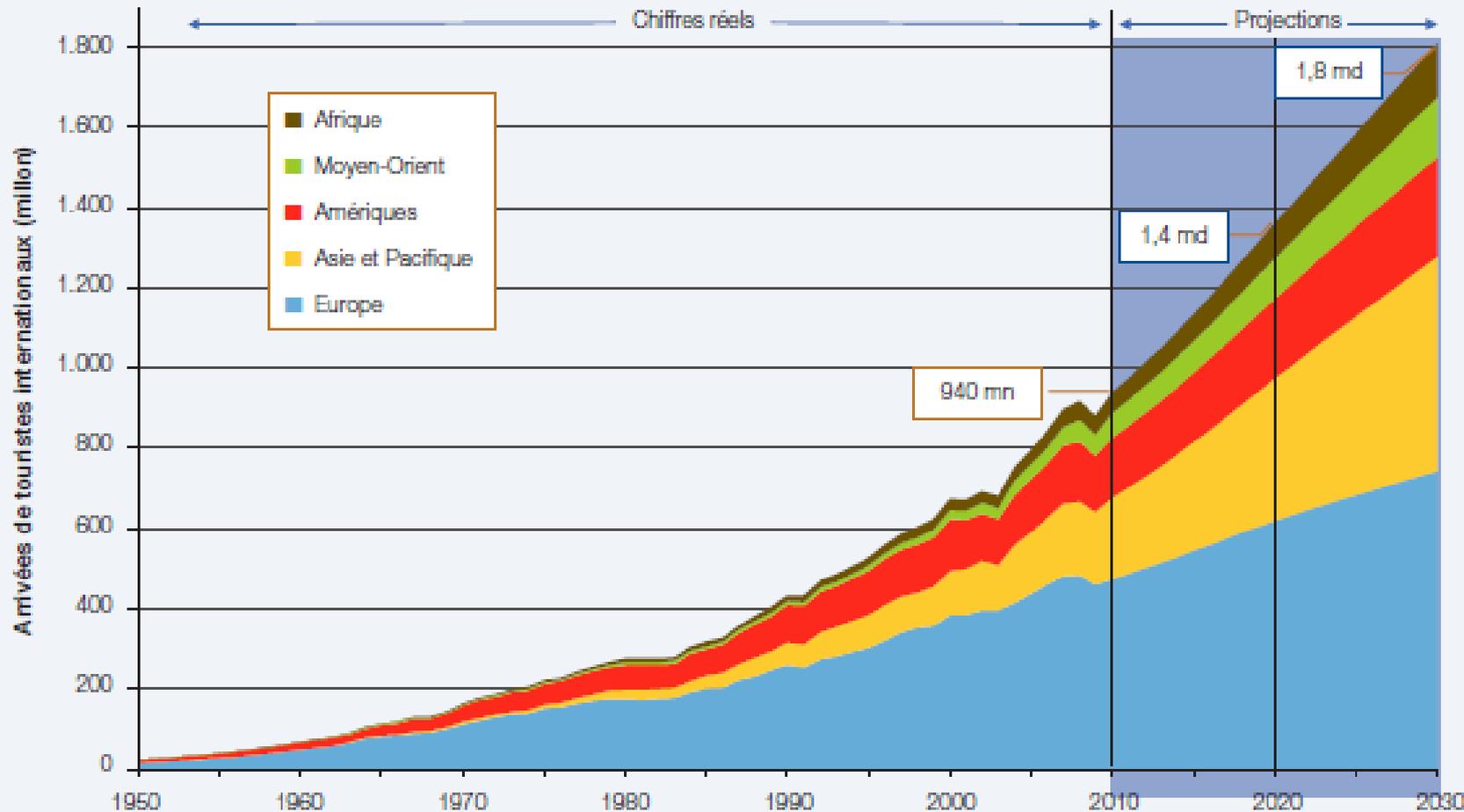


→ Taux de croissance annuel depuis 1950 en termes réels (càd compte tenu de l'inflation et des taux de change) : 2,6 %

→ Aujourd'hui : 4,6 % (contre 3,9 % pour la moyenne mondiale)

2. Place du tourisme dans l'économie internationale

Le tourisme à l'horizon 2030 : tendance actuelle et prévisions 1950-2030



2. Place du tourisme dans l'économie internationale

- Secteur stable et en croissance continue (sauf année de crise mais capacité de reprise plus forte que les autres secteurs)
- Secteur qui est relié à presque tous les autres secteurs de l'activité économique (via la consommation intermédiaire) donc secteur qui alimente la croissance (ex: Espagne, Europe de l'Est, Asie, etc.)
- Une demande importée, donc une stimulation de la consommation (risque : une pression sur les prix en interne)

3. Place du tourisme dans l'économie de la Polynésie française

- PIB Polynésie : environ 580 milliards de francs pacifiques
- C'est quoi un PIB?
 - indicateur de création de valeur dans un territoire
 - plus on crée de la valeur, plus on développe ce territoire

Quels sont les leviers pour accroître le PIB ?

- Consommation
- Investissement
- Dépenses gouvernementales
- Ressources extérieures (commerce international)

3. Place du tourisme dans l'économie de la Polynésie française

TAB 1. LES PRINCIPAUX AGRÉGATS ET LEUR ÉVOLUTION

	Année		Variation 2016/2015		
	2015e	2016e	Valeur	Prix	Volume
<i>Unité :</i>	<i>milliards de F.CFP 2015</i>		%	%	%
Produit intérieur brut	569	579	2,8	1,0	1,8
Consommation des ménages	372	377	0,8	- 0,5	1,3
Consommation publique	178	181	1,4	0,1	1,3
Investissement public	29	28	- 3,5	- 0,7	- 2,8
Investissement privé et variations de stocks	88	89	0,7	0,3	0,4
Importations de biens et de services	207	208	- 1,4	- 1,9	0,6
Exportations de biens et de services	108	113	7,4	3,0	4,3

Sources : COMPTES ÉCONOMIQUES RAPIDES 2016, ISPF, CEROM

3. Place du tourisme dans l'économie de la Polynésie française

- Ressources extérieures : il faut une balance commerciale excédentaire (surtout si on veut une « indépendance économique », car les ressources publiques se raréfient...).
- Il faut donc exporter plus qu'on importe (impossible de réduire l'importation et même si c'est possible, est-ce souhaitable ?), la TDL n'a pas réussi à réduire les importations par exemple
- Il est impossible d'avoir une économie commerciale diversifiée en Polynésie française (pour des raisons géographiques et démographiques)
- Il faut donc miser sur 3-4 « secteurs forts »

3. Place du tourisme dans l'économie de la Polynésie française

Comment détecter les points forts ?

→ Avantages comparatifs grâce aux dotations factorielles

→ Il y a quoi alors ?

- Des perles uniques
- Un savoir-faire artisanal unique
- Une culture originale
- Des îles magnifiques, le lagon, une biodiversité unique
- De l'eau salée et une maîtrise de cette eau

3. Place du tourisme dans l'économie de la Polynésie française

Identification des secteurs

→ Culture

→ Perle

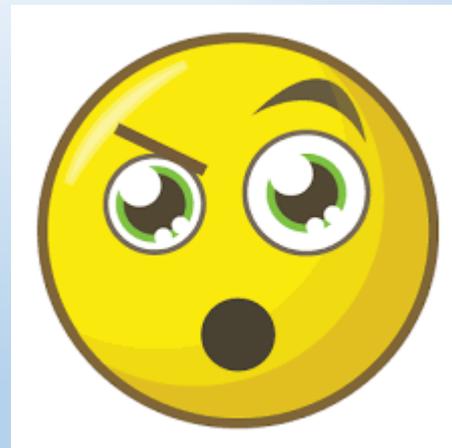
→ Pêche

Comment exploiter les dotations naturelles, culturelles ?

→ Le tourisme

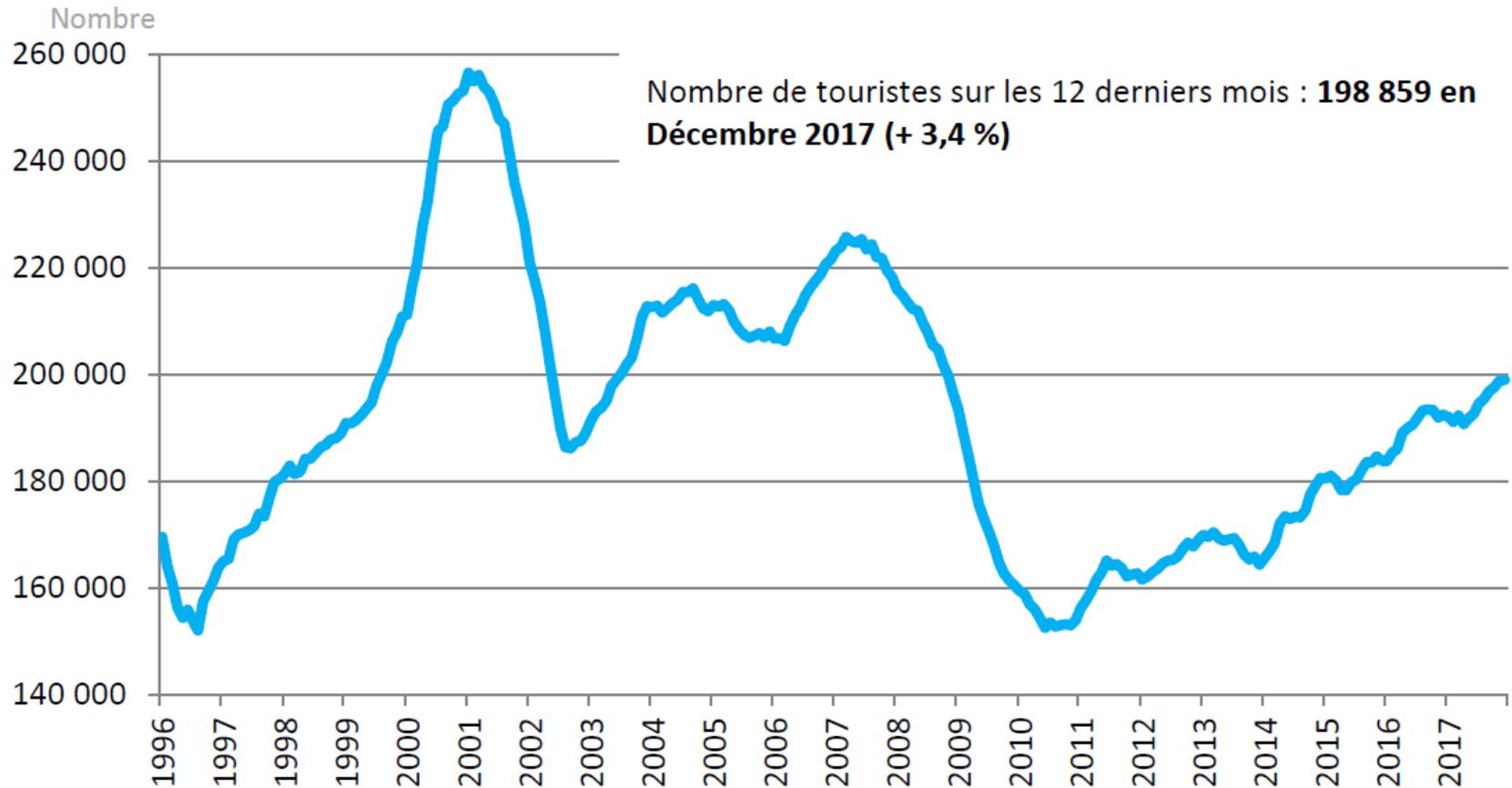
3. Place du tourisme dans l'économie de la Polynésie française

- Le tourisme : 42 % de la part des recettes extérieures : 52,7 milliards de FCP
- 16,9 % du CA des entreprises en PF et 17 % de l'emploi !
- Et pourtant, on parle de vouloir éviter le « tourisme de masse ».



4. Bilan des années précédentes

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE TOURISTES EN CUMUL ANNUEL



4. Bilan des années précédentes

→ Croissance Polynésie : 3,4 %/an, en hausse (juin : 5,9 %)

→ Croissance mondiale : 4,6 %/an

→ Croissance Pacifique : 9 %/ an

Les choses vont mieux qu'il y a 3 ans mais bon... les cours du pétrole dopent largement cette situation.

Point fort : durée des séjours et montant des recettes

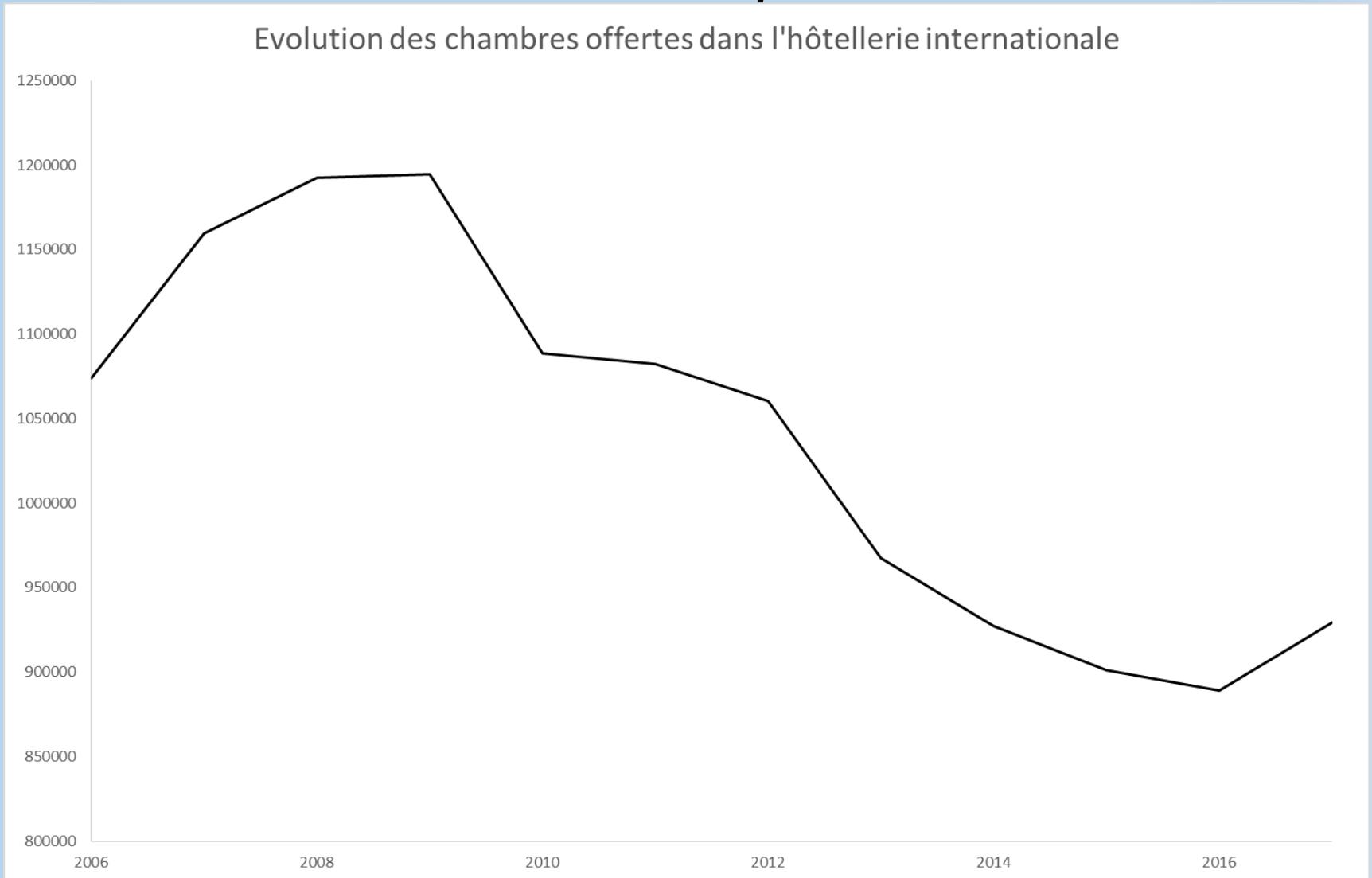
4. Bilan des années précédentes

Le parc hôtelier

- Les Club Med
 - Sofitel de Faa'a
 - Sofitel Huahine
 - Manihi Pearl Beach Resort
 - Hilton Tahiti
 - Hawaiki nui de Raiatea
- Etc.



4. Bilan des années précédentes



4. Bilan des années précédentes

- La Polynésie française parvient tout juste à dépasser le nombre de 200 000 touristes... pourtant, on y est déjà arrivé par le passé
- Même pas un touriste pour un habitant.

Hawaii : environ 6 (7 millions) ; on est loin d'un tourisme de masse en Polynésie

4. Bilan des années précédentes

→ Économiquement, pour que le tourisme soit le moteur d'une croissance durable de l'économie polynésienne, il faut doubler voire tripler le nombre de touristes (et maintenir les durées de séjour et les dépenses par séjour en l'état) mais encore faut-il avoir de la place...



4. Bilan des années précédentes

- Depuis 2010, le tourisme en Polynésie française reprend tout doucement le chemin de la croissance
- Mais les cicatrices de la crise sont profondes et visibles

À quoi cette crise est-elle due ?

4. Bilan des années précédentes

- La crise de 2008 n'a fait qu'aggraver le problème
 - La crise fut « structurelle » car longue et peu reliée aux événements internationaux
- Politique de double défiscalisation : mauvaise incitation pour le long-terme
- Instabilité politique
- Le produit touristique de la destination polynésienne concurrencé (Maldives, Seychelles) et mal défini

4. Bilan des années précédentes

- Pourquoi « mal défini » ?
 - Tourisme international : modèle de concurrence monopolistique
 - C'est-à-dire concurrence forte mais possibilité par une politique de différenciation d'avoir une « forme de pouvoir de monopole » sur la variété proposée



4. Bilan des années précédentes

- Pourquoi « mal défini » ?
 - Par conséquent, quand des concurrents proposent des produits similaires, celui qui gagnera sera celui qui proposera le prix le plus faible



4. Bilan des années précédentes

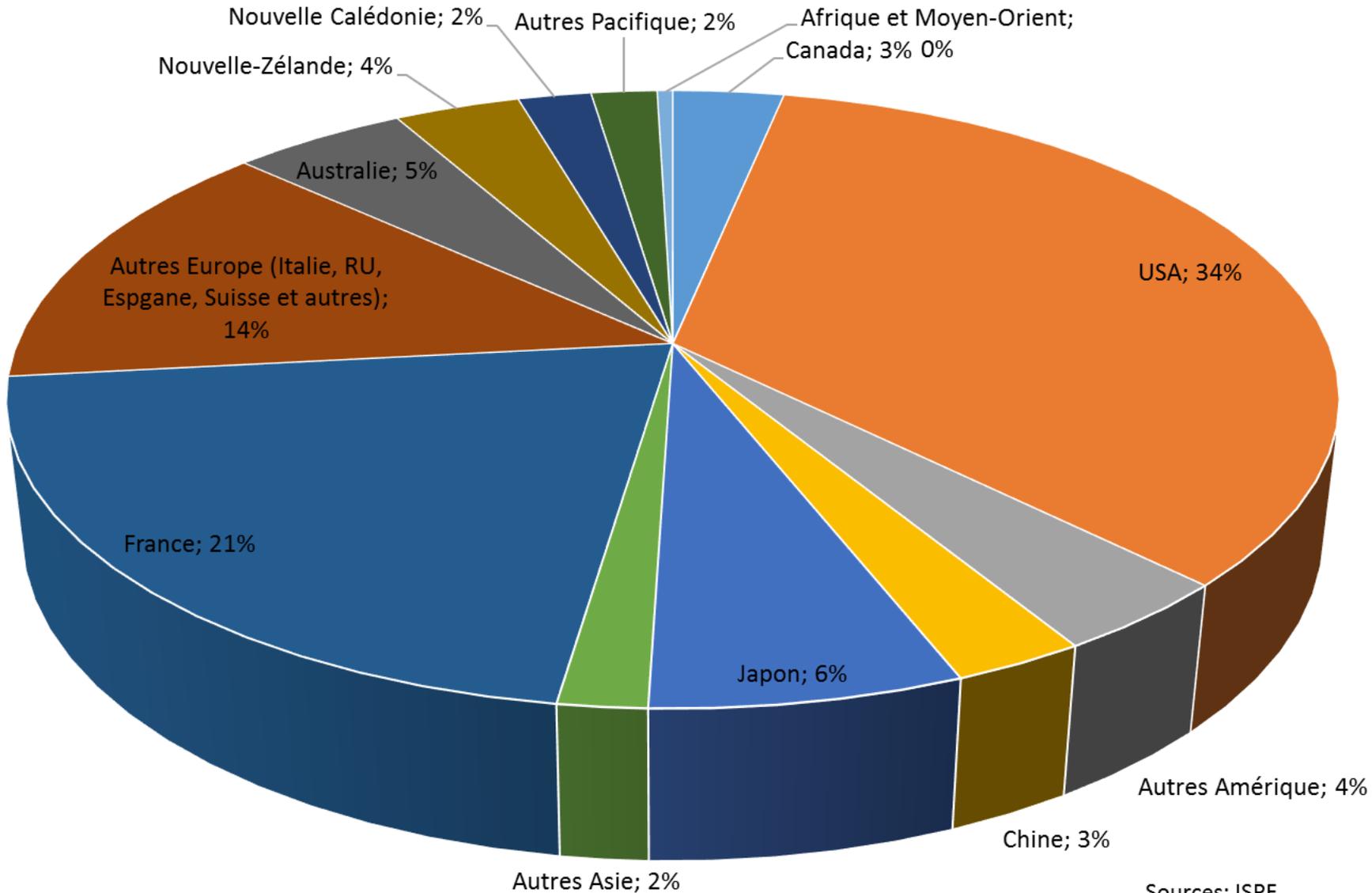
- Impossible (pour des raisons d'éloignement et de coûts divers) de proposer des prix bas en moyenne
- Donc nécessité de revoir « le produit touristique » en termes de différenciation avec les concurrents
- Il faut éviter de viser uniquement les honey-mooners ou les retraités (peu de chances de revenir)
- Il faut proposer autre chose que le « bungalow » au bord du lagon
 - Ce qui est en cours d'évolution... (il faut des activités !!!)

4. Bilan des années précédentes

- Une destination se définit par ses capacités à attirer ses touristes (donc par ses attractions)
- Il faut donc revoir le concept d'attraction et identifier les attraits pouvant servir d'attraction (ex : Tarifa) et éventuellement les compléter (Casino ? Golf ? Zone de duty-free ?)

5. La situation actuelle

Répartition des arrivées touristique en Polynésie Française selon les provenances

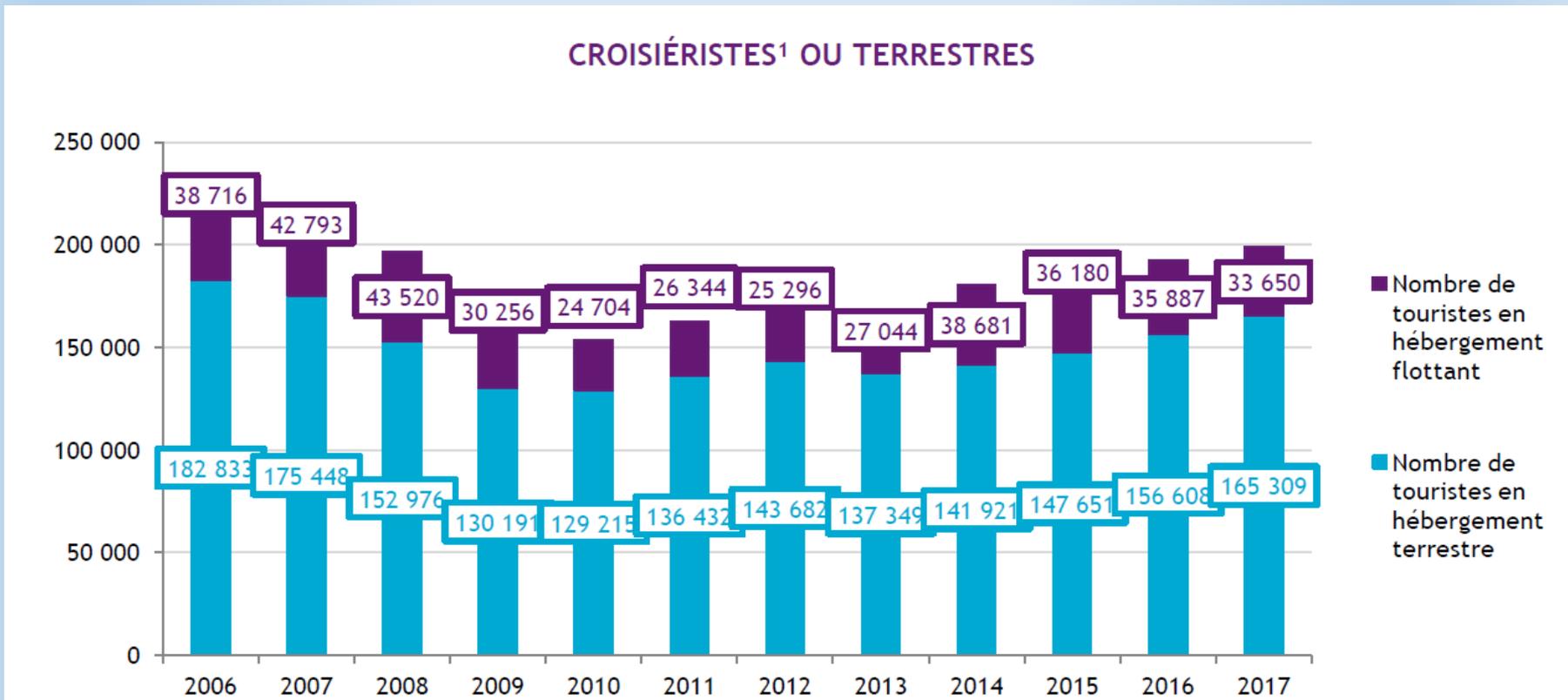


5. La situation actuelle

- Remarque : depuis 2014, forte croissance en provenance de la Chine (440 touristes en 2007 → 5430 en 2017)
- Par conséquent, 5 marchés de clientèle (bientôt 6)
 - États-Unis
 - France
 - Autre Europe (Italie, Espagne, Royaume-Uni et Suisse)
 - Japon
 - Pacifique (Australie, Nouvelle-Zélande, Nouvelle-Calédonie)

5. La situation actuelle

- Autre caractéristique : le rôle du tourisme de croisière (entre 15 % et 20 % des touristes)



5. La situation actuelle

- Si on veut ajouter les excursionnistes : 55399 (+13,4 %)

5. La situation actuelle

- Capacités d'hébergement : 946 000 chambres offertes (soit presque 2600 chambres par jour)
- + environ 300 pensions dont seulement 211 avec plus de 7 unités et environ 60 classées « tiare »
- + offre de type « AirBnB »

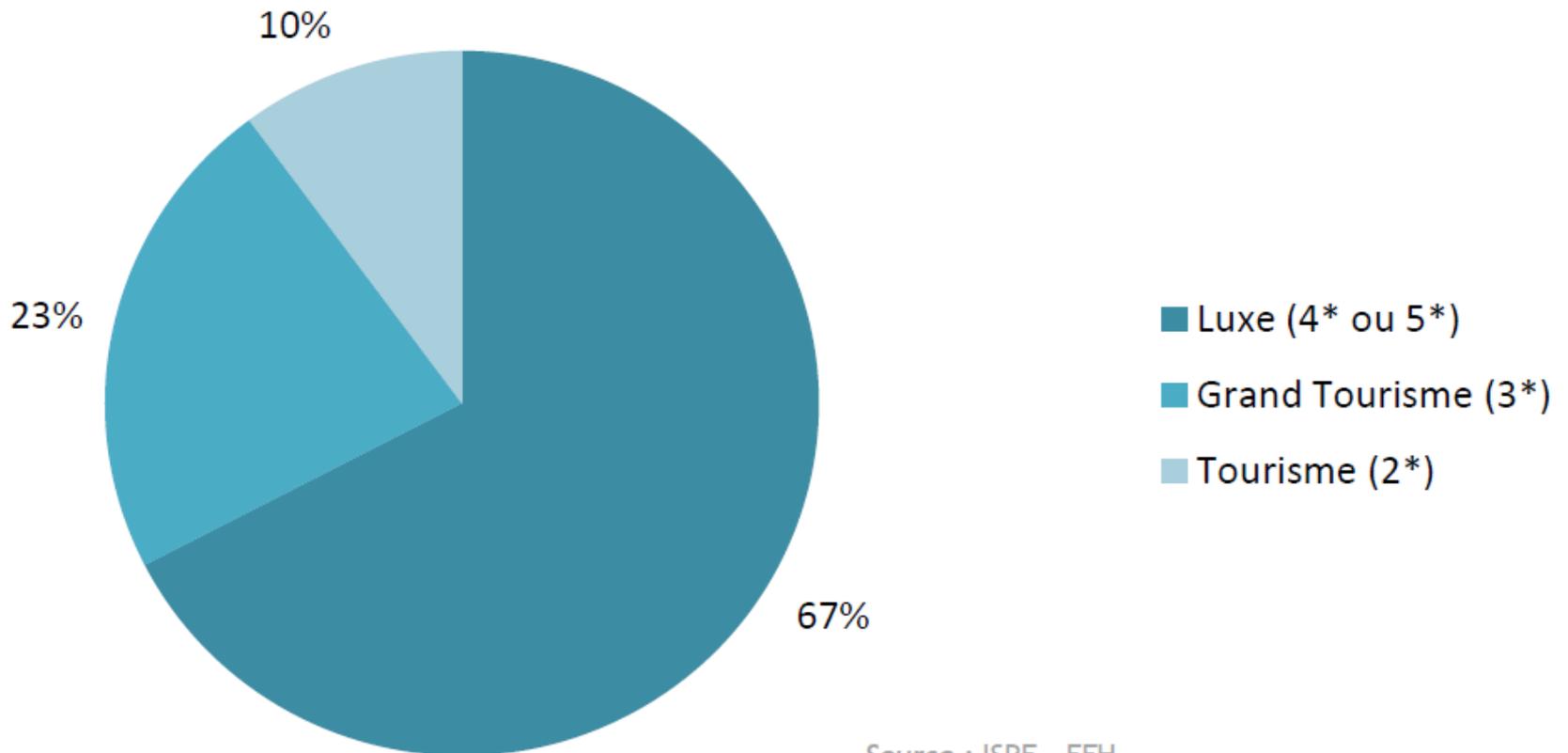
→ La capacité d'hébergement touristique en Polynésie française est composée d'environ 2700 chambres en hôtellerie et de 1500 chambres dans les pensions de famille et la petite hôtellerie.



5. La situation actuelle

- Capacités d'hébergement

RÉPARTITION DES CHAMBRES LOUÉES PAR CLASSE

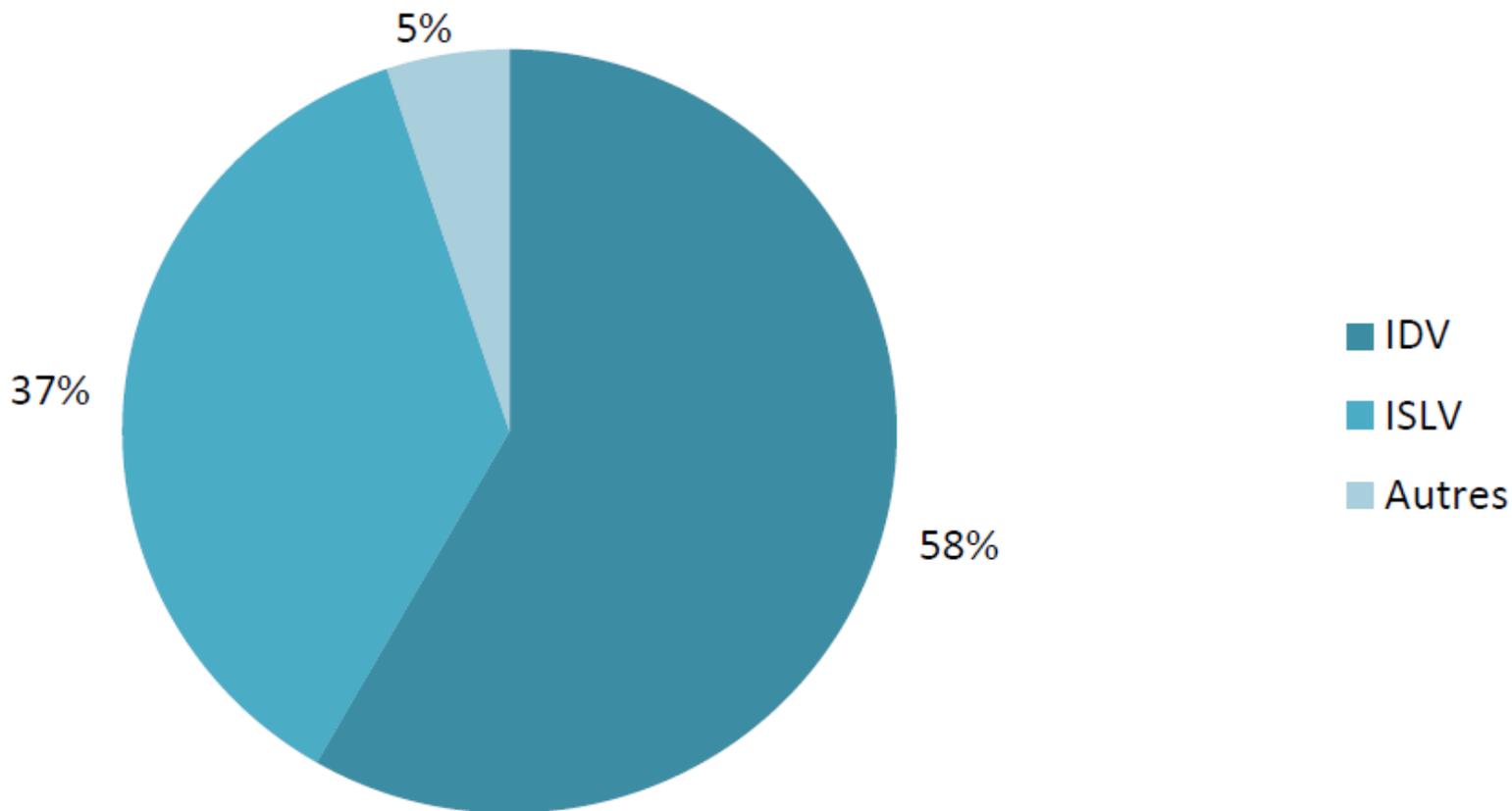


Source : ISPF - EFH

5. La situation actuelle

- Capacités d'hébergement

RÉPARTITION DES CHAMBRES LOUÉES PAR ARCHIPEL



Source : ISPF - EFH

5. La situation actuelle

- Le rôle du tourisme domestique

La clientèle résidente représente 16 % des ventes sur Tahiti et Moorea et 5 % des ventes à Bora-Bora de l'hôtellerie internationale

→ D'une manière générale, la clientèle résidente représente environ 12 % des chambres vendues en Polynésie française

→ Ce taux est plus important pour les pensions (environ le double)

6. Le nouveau contexte

- Double événement : arrivée de French Bee et de United Airlines

→ Pourquoi événement ?

→ Ligne visée : PF-USA et PF-EUROPE : 80 % de la clientèle internationale !



6. Le nouveau contexte

- Double événement : arrivée de French Bee et de United Airlines
 - Nouvelles stratégies (United en basse saison et French Bee, modèle « low cost » long courrier)
 - Environ 50 000 places disponibles en plus (soit 20-25 % des places vendues actuellement).
 - 2 scénarios sont possibles

6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 1 : hausse de la demande touristique forte
 - Avec baisse des prix généralisée dans l'aérien (due à la nouvelle concurrence)
 - Faibles conséquences pour les compagnies aériennes (si ce n'est une obligation de baisser les coûts chez ATN et AF pour proposer des prix plus faibles au risque d'une perte de position de marché trop forte)



6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 1 : hausse de la demande touristique forte
→ Hausse de la demande touristique entre 15 % et 20 % (alors qu'elle est déjà à 6 % en Juin-Août) alors que le taux d'occupation des chambres dans l'hôtellerie est proche de 70 % (80 % étant le maximum atteignable sur le CT)



6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 1 : hausse de la demande touristique forte
→ Donc cette demande touristique additionnelle ne pourra être absorbée par l'hôtellerie internationale que durant 2-3 ans (si la tendance se poursuit)



6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 1 : hausse de la demande touristique forte

→ Principale conséquence : hausse des prix dans l'hôtellerie (et donc baisse de la demande globale !) et dans ce cas, on arrive au scénario 2 si rien ne change

Remarque : il est plausible qu'on ait une conséquence similaire avec les vols intérieurs...



6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 1 : hausse de la demande touristique forte

Comment rester dans le cercle vertueux dans ce cas ?

→ Augmentation des capacités d'hébergement

- Notamment en basse saison où avec le *yield management*, on pourrait mieux lisser la demande dans le temps
- Projets en cours : rénovation Hilton Faa'a (200 chambres), construction du Village Tahitien (capacités d'hébergement de Tahiti doublées)
- Augmentation des croisières

6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 1 : hausse de la demande touristique forte

Comment rester dans le cercle vertueux dans ce cas ?

- Développer les activités touristiques (excursions, attractions, shopping, etc.)
- Aménagements des plages et des zones attractives
- Développer le réseau de transport à Tahiti afin de faciliter les flux de touristes
- Ouvrir à la concurrence les lignes intérieures

Il ne faut pas oublier le cadre concurrentiel du tourisme international

6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 1 : hausse de la demande touristique forte

Comment rester dans le cercle vertueux dans ce cas ?

→ Former la main d'œuvre, proposer de nouveaux produits

→ Projets en cours : Licence pro et DU de guide

Insuffisant pour les besoins de l'industrie touristique (il faut un Master de type « Ingénierie touristique »)

6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 2 : hausse de la demande touristique faible
 - Dans ce cas, l'urgence d'adapter l'offre d'hébergement et touristique globale est moindre
 - MAIS : scénarios moins vertueux et plus imprévisibles



6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 2 : hausse de la demande touristique faible
→ Conséquences pour l'aérien : baisse du taux de remplissage chez AF et ATN (deux compagnies qui ont eu du mal à trouver un schéma économique rentable)



6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 2 : hausse de la demande touristique faible

French Bee : compagnie de type « low cost » càd minimisation des coûts à tous les niveaux donc obligation de remplir l'avion pour maximiser les recettes

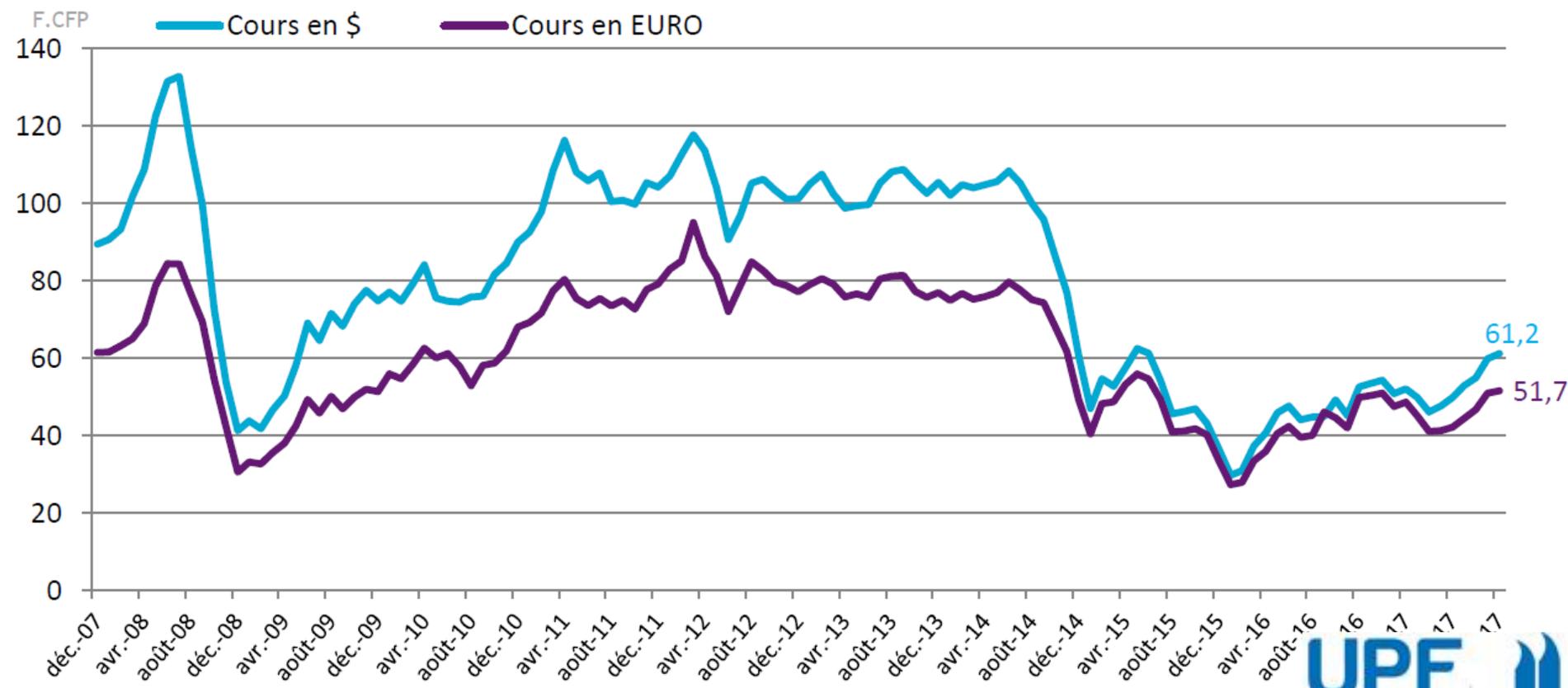
United Airlines : phase expérimentale (qui peut s'arrêter)



6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 2 : hausse de la demande touristique faible

ÉVOLUTION DU PRIX DU BARIL DE PETROLE



Sourc

6. Le nouveau contexte

- Scénario n° 2 : hausse de la demande touristique faible

En somme, il n'est pas improbable qu'une voire deux compagnies « sortent » et que les prix repartent à la hausse

D'une manière générale, il y aura une phase de tâtonnement et l'équilibre actuel n'est pas stable



6. Le nouveau contexte

- Quel scénario ?

Magie de l'économiste : probablement un scénario mixte
Hausse avec l'arrivée d'une nouvelle forme de clientèle et
une stabilité voire une légère baisse de la demande plus
« traditionnelle »

Ces derniers mois, on constate une hausse du tourisme
affinitaire et une hausse de l'activité des pensions

Mais on constate aussi une hausse des prix dans
l'hôtellerie engendrant une baisse de la demande
« classique »

6. Le nouveau contexte

- En définitive, sur le moyen ou long terme

Sans French Bee, la croissance touristique serait certainement plus faible car cette arrivée cache un problème plus « structurel » dans l'hôtellerie internationale



6. Le nouveau contexte

- En définitive, sur le moyen ou long terme

Le tourisme est un produit composite : le prix d'un séjour est une combinaison des prix des composantes

Par conséquent, il est important de penser aux prix de l'hébergement (et accroître la concurrence avec de nouveaux groupes) et du transport aérien intérieur pour éviter le risque de tout concentrer le tourisme à Tahiti.

6. Le nouveau contexte

- En définitive, sur le moyen ou long terme



7. Perspectives et autres enjeux

- Pourquoi les touristes viennent ?

→ Pour nos ressources et nos attractions, alors il faut les préserver



Du développement durable au tourisme durable

- Traditionnellement le développement touristique était guidé par des critères quantitatifs :
 - nombre d'arrivées internationales
 - montant de recettes
 - montant de devises...
- De plus : considérations (macro-)économiques privilégiées sur considérations sociales et environnementales
 - communautés locales ?
 - pauvreté ?
 - environnement ?
 - préservation du patrimoine naturel, historique, culturel ?

=> Graves conséquences sur les populations locales, l'environnement et le développement touristique lui-même

Du développement durable au tourisme durable

Exemple : Espagne (60-80)

Choix d'un tourisme de masse, critère de rentabilité immédiate à court terme

=> urbanisation à outrance, hausse des prix du foncier pour les locaux, défiguration du littoral

=> déclin du support social et environnemental du secteur touristique

=> chute relative de la fréquentation par les touristes étrangers

=> Nécessité de repenser le développement touristique

On a dû reconsidérer la manière de concevoir, de planifier et de gérer le tourisme afin de le rendre compatible avec des exigences de viabilité économique, **mais aussi sociale et environnementale**

Du développement durable au tourisme durable

Les origines du concept du développement durable

Concept motivé par des problèmes d'environnement et de développement :

- persistance de la pauvreté dans les pays du Sud
- accroissement des inégalités entre pays développés et en développement
- effet de serre
- épuisement des ressources non renouvelables (pétrole, produits miniers)

Du développement durable au tourisme durable

Définition

« Un processus de changement par lequel l'exploitation des ressources, l'orientation des investissements, les changements techniques et institutionnels se trouvent en harmonie et renforcent le potentiel actuel et futur de satisfaction des besoins des hommes »

Source: Rapport Brundtland, 1987

- Principe d'équité

Le développement doit être gouverné par un principe d'équité (économique et sociale) :

- entre acteurs au sein de chaque pays (équité intra-nationale)
- entre pays (équité internationale)
- entre générations présentes et futures (équité intergénérationnelle)

Du développement durable au tourisme durable

La durabilité : un principe pertinent pour le tourisme

Les effets potentiellement dommageables du tourisme risquent de :

- compromettre les bénéfices économiques et sociaux du tourisme pour l'économie locale
- compromettre sa survie à long terme

→ 2 raisons : fuites + risques sociaux et environnementaux (voir partie 3)

La durabilité : une triple préoccupation

- La poursuite d'un développement économique continu
- La recherche d'une plus grande justice sociale (au niveau national et international)
- Le souci de protection et de renouvellement du patrimoine environnemental

Du développement durable au tourisme durable

Conséquences

L'expérience montre que la durabilité sous ses 3 dimensions (économique, sociale et environnementale) est nécessaire à une activité touristique viable à long terme

=> Nécessité de ne plus prendre seulement en compte la rentabilité économique **de court terme**, mais de considérer un ensemble d'autres critères :

- fragilité de la destination à long terme
- distribution des revenus du tourisme dans l'économie locale
- contribution à la gestion de l'eau, à la pollution de l'air...

Du développement durable au tourisme durable

Définitions du tourisme durable

- « Toute forme d'activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement de la population locale »

Association de formation et d'information pour le développement (2001)

- Le tourisme "*doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales*"

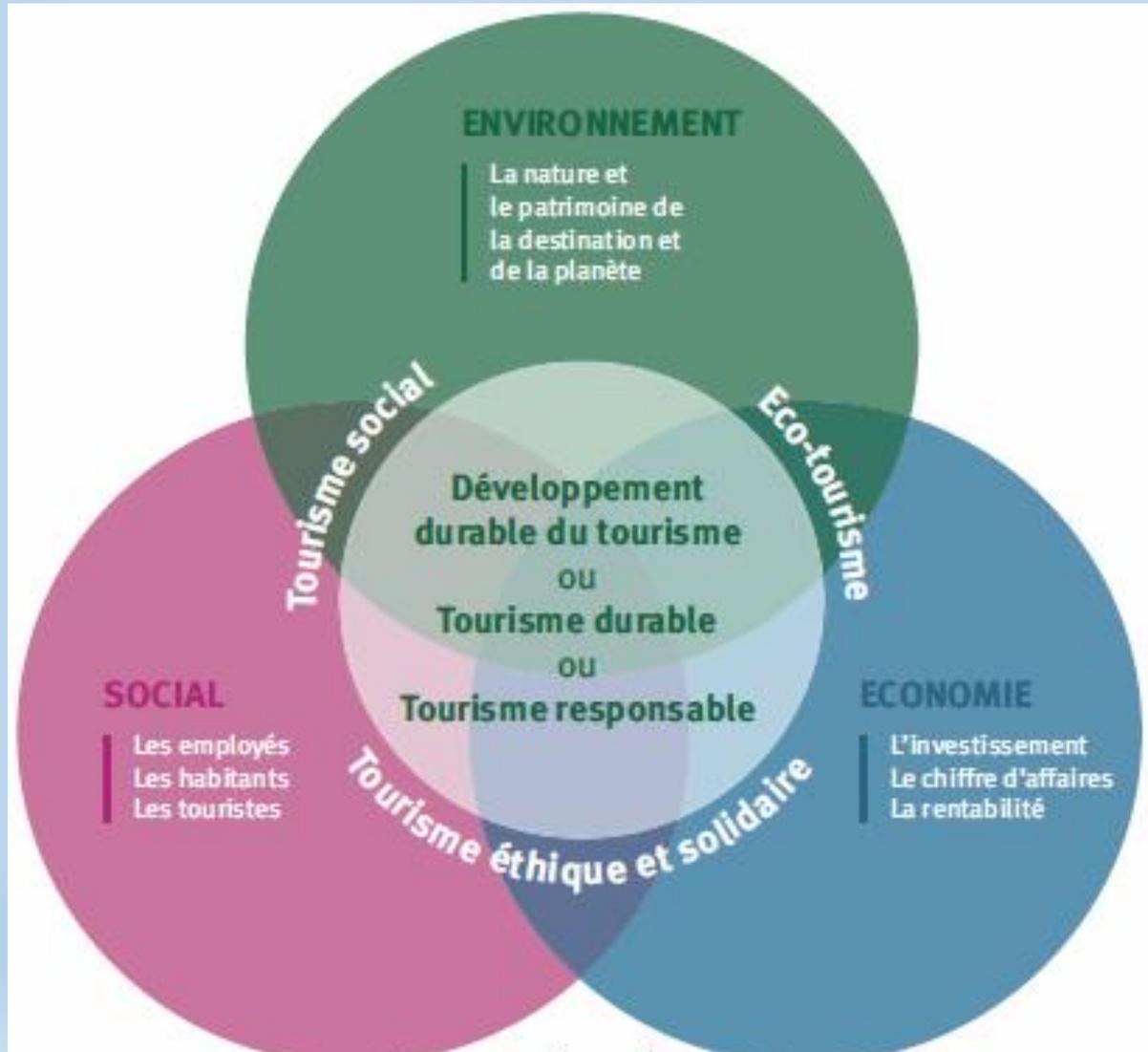
Charte du tourisme durable de l'OMT (1995, article 1)

Du développement durable au tourisme durable

Par conséquent, la durabilité touristique comporte 3 facettes interdépendantes :

- la réussite commerciale et économique
- la préservation de l'environnement
- la responsabilité sociale

Du développement durable au tourisme durable



Du développement durable au tourisme durable

Les 3 piliers du tourisme durable

- **Pilier économique** : *viabilité* économique et financière, croissance économique, *création* de richesse
- **Pilier social** : *redistribution* des richesses, réduction des *inégalités*, maîtrise du développement touristique par les *populations locales*, préservation des valeurs traditionnelles et des identités *culturelles*
- **Pilier environnemental** : gestion des ressources naturelles et culturelles de façon *patrimoniale*, bonne gestion des ressources *non renouvelables*, prise en compte de l'impact des projets proposés sur la *préservation* du patrimoine (paysage, bâti et biodiversité) et des ressources indispensables pour l'avenir des *générations futures* (eau, air, énergie, déchets, bruit, espaces)

Les enjeux du tourisme durable

- 4 enjeux :
 - économiques
 - sociaux et culturels
 - environnementaux
 - pour les touristes
- Ces enjeux sont imbriqués et difficilement séparables
- L'économie touche au social qui touche à l'environnemental et les touristes sont liés eux-mêmes aux trois ensembles

Les enjeux du tourisme durable

Enjeux économiques

Promouvoir des formes de tourisme qui, tout en étant viables et rentables d'un point de vue **financier et commercial** :

- minimisent les pertes de revenus, d'emplois et de devises ainsi que les effets inégalitaires et appauvrissant (notamment sur les groupes défavorisés)
- maximisent les bénéfices offerts par le tourisme et les retombées pour les populations locales

Les enjeux du tourisme durable

Enjeux sociaux et culturels

Promouvoir des formes de tourisme qui :

- minimisent le risque d'acculturation et la perte de repères traditionnels (donc ses conséquences : mendicité, prostitution, acculturation...)
- garantissent la **participation** des populations locales au processus de décision, d'élaboration et de gestion des projets touristiques
 - 3 questions fondamentales :
 - les populations locales veulent-elles du tourisme ?
 - si oui, quel type ?
 - comment présenter leur culture aux touristes ?

=> création d'un climat de confiance et de fierté locale

Les enjeux du tourisme durable

Enjeux environnementaux

- Préservation de l'environnement naturel, culturel et social
- Pour et par les générations locales actuelles et futures
- Avec l'accord et la participation des populations locales

Les enjeux du tourisme durable

Enjeux environnementaux

ATTENTION :

- Défense de l'environnement \neq écologie
 - => les aspects sociaux doivent être pris en compte
 - => les populations locales doivent être consultées sur leur vision de l'écosystème et de sa défense, puis **associées**
- Leur exclusion => échec (braconnage, pillage, mauvaise connaissance du terrain...)
 - Exemple : Masai au Kenya
- Leur participation à l'action => leur participation aux gains économiques (=> mise en place de mécanismes de rétribution et de distribution équitables)

Les enjeux du tourisme durable

Enjeux pour les touristes

La satisfaction du touriste doit être prise en compte dans la mesure où c'est lui qui fait d'un endroit une destination touristique

=> il est la source de bénéfices

(pas de touriste => pas de destination => pas de production touristique)

=> Si touriste non satisfait, alors risque de déclin de la destination touristique

Exemples : Costa Brava, Marrakech dans les années 80

→ harcèlement des touristes par les faux guides, pratiques malhonnêtes de certains commerçants, climat général d'hostilité à l'égard des visiteurs étrangers => mauvaise réputation => déclin touristique

Les enjeux du tourisme durable

Enjeux pour les touristes

Les touristes devront être consultés avant la réalisation du projet (études de marché pour aider à l'élaboration du produit touristique)

Bénéfices :

- viabilité économique et financière
- touriste satisfait = touriste plus respectueux des lieux et des populations visités => contribution à la viabilité socio-culturelle et environnementale

En conclusion

- La nouvelle croissance touristique est jeune et fragile
- Il faut continuer les efforts sur les points suivants :
 - Mise en valeur des attractions
 - Augmentation des capacités d'hébergement
 - Associer la population locale aux projets touristiques
 - Préservation du patrimoine naturel et culturel
 - Développer la qualité des prestations
 - Améliorer les transports internes
 - Optimiser le « portefeuille de clientèle »



Le tourisme : la clef du développement économique en Polynésie française. Quelles caractéristiques, limites et perspectives ?



Sylvain Petit, maître de conférences en sciences économiques, Université de Polynésie Française

Contact: Tél.:40-86-64-32

ou 87-79-32-40 –
sylvain.petit@upf.pf

<https://sites.google.com/site/sylvainpetitperso/>