



Martinique, Marie Lootvoet

Antilles

Développement touristique et dépendance au carbone
Etat des lieux et pistes stratégiques

Synthèse

Si l'on peut parler d'un regain du tourisme dans les Antilles, ce secteur reste néanmoins particulièrement tributaire d'aléas extérieurs : contexte social, desserte aérienne, événements climatique et sanitaire. Ainsi les résultats de 2006 sont encourageants mais restent largement en-deçà de ceux obtenus en 2000.

La forte dépendance des Antilles, au marché français d'une part, et au tourisme affinitaire d'autre part pèse fortement à la fois sur le bilan carbone du secteur touristique et sur ses résultats économiques. Elle est également dans une certaine mesure un obstacle à la diversification et au développement du tourisme dans les Antilles françaises.

En ce qui concerne les émissions de GES, les deux départements des Antilles et la métropole ont des obligations internationales communes : la réduction des émissions de GES du transport touristique est donc un sujet d'intérêt commun.

En termes de stratégie, les possibilités existent mais la marge de manœuvre est faible, incitant à anticiper les échéances, même si les négociations internationales sont en cours et leur issue incertaine.

Le tourisme reste à l'heure actuelle un point d'ancrage dont le développement économique des Antilles ne peut se passer. Aussi, pour réduire leur dépendance au carbone, les Antilles devront manifester :

- cibler de nouvelles clientèles, dans un rayon bien plus proche, en augmentant les parts de marché de l'Amérique et diminuant celle de l'Europe et en particulier de la France ;
- opérer un repositionnement de leur produit : en développant le tourisme d'agrément haut de gamme notamment l'éco-tourisme, du tourisme d'affaires pour le bassin régional, ainsi qu'une offre complémentaire meilleur marché pour des séjours longue durée (sénior, européen...) ;
- développer le marché domestique ;
- avoir une politique de différenciation de la concurrence et d'innovation ;
- développer une politique de transport durable (transport multimodal, amélioration des taux de remplissage...) en engageant des partenariats avec les compagnies aériennes mais aussi ferroviaires, avec les tour-opérateurs et les pouvoirs publics.

Enjeux	Idées clés
- Dépendance des Antilles au tourisme : mono-activité	- Maintenir le secteur touristique
- Dépendance du secteur touristique à la métropole : 95% des touristes sont français	- Repositionner la destination et son offre
- Tourisme d'entrée de gamme, dépassé par la concurrence de destinations comme Cuba et la République Dominicaine	- Cibler des clientèles beaucoup moins éloignées
- Poids important du tourisme dans le bilan carbone des Antilles	- Augmenter les retombées locales
- Eco-efficacité 3,5 fois moins bonne qu'en métropole, la plus mauvaise des territoires étudiés	- Développer un tourisme domestique et local
	- Réduire les émissions de GES à l'aide de partenariats avec les compagnies aériennes et les pouvoirs publics
	- Développer des secteurs d'activité complémentaires moins émetteurs

Table des matières

Synthèse	2
I. Un besoin urgent de réagir.....	5
1. Un secteur touristique appelant une stratégie de repositionnement	5
Un secteur sur le déclin... ..	5
... accentué par les effets de la concurrence	6
Un regain du tourisme soutenu par un plan de relance	6
Une offre hôtelière de milieu de gamme qui diminue au profit de gîtes et résidences de tourisme	7
Une corrélation entre le mode d’hébergement et la durée moyenne du séjour	7
Une majorité de clientèle métropolitaine, responsable des émissions de gaz à effet de serre	8
Des dépenses moyennes réduites.....	9
L’effondrement de la croisière et la plaisance	10
La Guadeloupe qui réagit face à la crise.....	11
Une stratégie de promotion dynamique.....	11
2. Une stratégie de diversification de la desserte.....	13
Une destination éloignée, dépendante de la desserte	13
Air France dépassé par Air Caraïbes.....	13
Un trafic passager en hausse depuis 2006.....	15
Une desserte fortement marquée par la saisonnalité touristique	16
La métropole et l’axe Martinique-Guyane, moteur du trafic.....	16
Un hub et des aéroports secondaires.....	17
Une hausse du trafic domestique	18
Le fret aérien lié à l’activité économique	18
Des ambitions mitigées	19
3. L’économie régionale et son positionnement par rapport à la contrainte carbone.....	20
Un profil énergétique dominé par la consommation de produits pétroliers.....	20
Le transport, poste qui alourdit le bilan carbone antillais	20
Les voyageurs, source principale des GES imputables au transport.....	21
Un développement dramatique de la climatisation	21
II. Résultats et perspectives	22
1. Les émissions de GES du transport touristique.....	22
Le transport aérien touristique, une part importante du bilan carbone des Antilles.....	23
Le rapport à la distance, un paramètre essentiel.....	23
Une dépense trop faible du marché principal.....	24

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

Le classement des marchés les plus efficaces	25
Une très faible éco-efficacité par rapport à la métropole et aux autres DOM-TOM.....	26
Un secteur touristique avec une très faible éco-efficacité comparé aux autres secteurs économiques	27
2. Histoire du scénario.....	30
3. Un scénario de développement touristique durable	32
4. Des résultats encourageants	32
Les marchés régionaux en priorité	32
La diminution des émissions des marchés trop éloignés	33
La diversification de l'offre	36
Ce scénario est-il plausible ?	38
Sources	39
Bibliographie	39
Méthodologie	39
Annexes	41

I. Un besoin urgent de réagir

1. Un secteur touristique appelant une stratégie de repositionnement

Développé depuis une quarantaine d'années, le tourisme est devenu un secteur essentiel de l'activité économique des Antilles. Il compte pour environ 5% du PIB de la Guadeloupe et 3,4% du PIB martiniquais. Il est fortement encouragé par les décideurs publics, locaux et nationaux, notamment au moyen de mesures législatives, foncières et fiscales.

Depuis les années 70, le secteur touristique Antillais¹ a connu d'importantes évolutions, en corrélation avec le contexte international. Le tourisme guadeloupéen notamment, après une phase de croissance soutenue de l'hôtellerie, de la croisière et de la plaisance, est entré en récession en 2001. Ainsi, l'aéroport de Pointe-à-Pitre a enregistré une importante diminution de sa fréquentation entre 2000 et 2005 (-12,8%). Un retour à la croissance a été remarqué en 2005 avec la réouverture d'importantes structures hôtelières après rénovation, le renouvellement du parc de bateaux charter, l'arrivée en croisière de nouveaux paquebots et l'ouverture de nouvelles lignes aériennes, notamment vers l'Amérique du nord avec Delta Airlines, Maestro et Sky Services. Et depuis 2006, on assiste à une réorientation de l'activité, tournée vers un tourisme de découverte, favorable aux gîtes et aux pensions. La Martinique connaît également des difficultés récurrentes, dues à sa position géographique (cyclone, tremblement de terre, épidémie) ou au contexte social (grève du Club Med, concurrence extérieure...).

L'année 2009, marquée par les grèves, sera certainement une année difficile à moins d'une saison d'été exceptionnelle. Au-delà des reports de départ, c'est l'image même des Antilles françaises qui est en jeu, tant pour les touristes que pour les professionnels (accueil et fiabilité des prestations).

Un secteur sur le déclin...

Initialement lancé pour pallier aux difficultés économiques² des Antilles, le tourisme fut présenté comme un axe prioritaire de développement.

Le projet baptisé « Riviera Sud » en Guadeloupe a vu se succéder plusieurs phases de développement. La première, de 1970 à 1976, avec la création de plus de 2 000 chambres, ainsi que la mise en exploitation de structures de loisirs : casino, golf, port de plaisance. Parallèlement, deux écoles hôtelières furent créées afin de former du personnel local. A cette période, offre et demande sont en hausse, entraînant une croissance rapide de la destination. Entre 1977 et 1994, la croissance se poursuit avec l'émergence de la petite hôtellerie, de gîtes ruraux et de villages vacances à vocation sociale. L'augmentation de la capacité hôtelière (passée de 2 926 chambres en 1990 à 4 868 en 1998), notamment encouragée par les mécanismes d'incitation fiscale³, est toutefois accompagnée d'une diminution du taux d'occupation des chambres (de 70% en 1982 à 63% en 1994). Cette phase de développement, caractérisée par une croissance soutenue, a été appuyée par un important travail de promotion touristique. Par la suite, entre 1995 et 1998, la croissance a été plus modérée et davantage soutenue par les programmes de financement publics, en particulier le DOCUP 1994-2000.

Les années 1999 et 2000 sont marquées par une stagnation, avec une croissance de 1% seulement, signe avant-coureur de la crise, avant même les événements du 11 septembre. Entre 2001 et 2005, une crise profonde a frappé le tourisme dans les Antilles. En Guadeloupe, elle s'est manifestée par une diminution de plus de 12% de la fréquentation de l'aéroport, une baisse de 12% du nombre de

¹ Guadeloupe et Martinique.

² Déclin du secteur de la canne à sucre dans les Antilles.

³ Loi Pons de 1986.

chambres disponibles, la diminution de plus de 20% des nuitées et enfin par la réduction de 75% du nombre des croisiéristes.

... accentué par les effets de la concurrence

En effet, jusqu'au début des années 1980, les Antilles françaises n'étaient que très peu concurrencées. Depuis, elles doivent faire face à l'essor de Cuba et surtout de la République Dominicaine. Sur la période 1995-2005, ces deux pays ont enregistré un accroissement de leur fréquentation touristique de respectivement 155 % et 108 %. Au-delà d'une simple concurrence par les prix, ces destinations ont su attirer des touristes aux budgets plus conséquents que ceux fréquentant la Guadeloupe. Selon les données du CTO (Organisation du Tourisme Caribéen), en 2001, un touriste aurait dépensé en moyenne 563 dollars au cours de son séjour en Guadeloupe, contre 938 dollars en République Dominicaine et 970 dollars à Cuba, sans doute aussi en raison du poids du tourisme familial.

Un regain du tourisme soutenu par un plan de relance

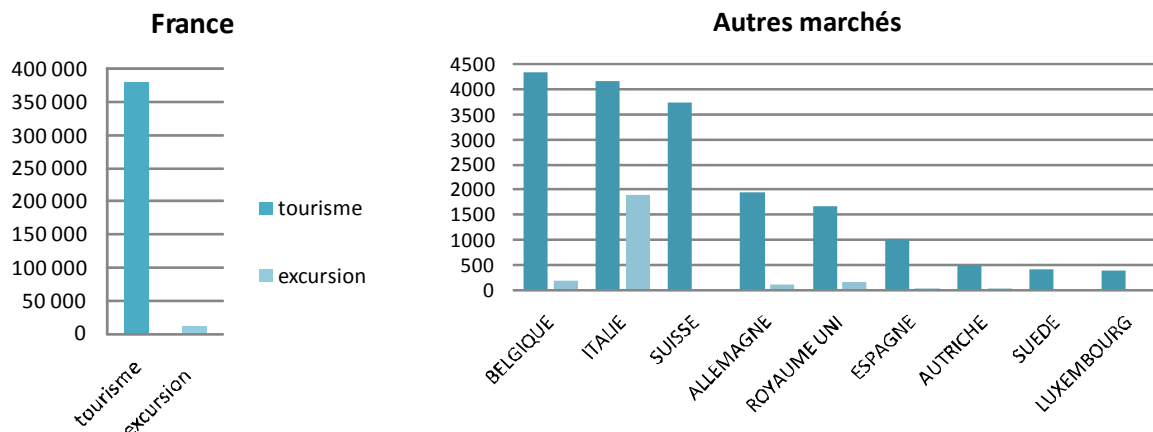
Cependant, grâce à l'implication de ses décideurs, la Guadeloupe a su profiter des mesures législatives et fiscales⁴ particulières offertes à l'outre-mer, et relancer une offre sur le déclin.

Fermeture d'établissements, rénovation hôtelière, repositionnement du produit et évolution de la desserte aérienne font partie d'un ensemble de mesures stratégiques qui doivent donner un second souffle à la Guadeloupe. En 2005, la part du tourisme dans l'ensemble de l'économie guadeloupéenne était estimée à 5% du PIB et environ 4 000 emplois salariés. Plus des trois quarts des entreprises touristiques appartiennent au secteur hôtellerie-restauration. En pleine restructuration, le secteur hôtelier a vu ses effectifs diminuer au cours de l'année 2007.

L'année 2006 apparaît comme une année charnière, et la plupart des indicateurs sont de nouveau orientés à la hausse. Le trafic de passagers aériens repart à la hausse et le taux de remplissage des hôtels progresse. Ainsi, plus de 400 000 touristes ont séjourné en Guadeloupe, alors que près de 15 000 croisiéristes transitaient directement entre le port et l'aéroport. La Martinique a pour sa part dépassé les 500 000 visiteurs en 2006. La répartition des voyageurs par origine est sensiblement la même pour les deux îles, composée à 90% de métropolitains.

⁴ Entre autre la loi Pons (votée en 1986) pour la défiscalisation à destination des plaisanciers, la loi d'orientation pour l'outre-mer (loi Lopom votée en 2003), ou encore la loi Girardin (2003) encourageant l'investissement immobilier des particuliers.

Figure 1 : Dix premiers marchés en Guadeloupe (touristes et croisiéristes) en 2007



Source : INSEE, Enquête sur les Flux Touristiques 2007

De plus, la course nautique de la Route du Rhum, qui s’est déroulée en novembre 2006, a stimulé l’activité du secteur guadeloupéen. Elle a contribué à la hausse de la fréquentation aérienne au mois de novembre 2006. Les hôteliers ont également enregistré de nombreuses réservations.

L’année 2006 laisse par ailleurs entrevoir un regain de la croisière. Pour la première fois depuis 15 ans, le Port Autonome de Guadeloupe (PAG) a enregistré plus de 70 000 croisiéristes, soit une progression de 8% de la fréquentation par rapport à l’année précédente. En Martinique par contre, le secteur de la croisière continue de décliner (excepté la plaisance).

L’année 2007 s’inscrit dans la continuité de 2006, avec une progression de la fréquentation. Le niveau de fréquentation atteint au premier semestre 2007 demeure toutefois encore inférieur de près de 12% à celui de 2000.

Une offre hôtelière de milieu de gamme qui diminue au profit de gîtes et résidences de tourisme

En Martinique comme en Guadeloupe, seule la moitié des visiteurs choisissent l’hôtel pour leur séjour. Cela peut s’expliquer par la place importante tenue par le tourisme affinitaire, un quart des visiteurs résidant dans leur famille ou chez des amis, mais aussi par le développement d’une offre complémentaire, comme les gîtes, les pensions chez l’habitant ou les résidences de vacances. En effet, l’offre d’hébergement, au sortir de la crise, est en pleine mutation. Le parc hôtelier guadeloupéen a vu son nombre d’établissements et de chambres se réduire⁵. En cause également, les grèves à répétition qui ont frappé les Antilles, en particulier dans le secteur hôtelier. Cependant, la réduction du parc hôtelier⁶ et son inadéquation à la demande, ont permis de développer un secteur locatif privé, par la multiplication de gîtes et villas proposés à la location. Cette offre est d’ailleurs de plus en plus prisée par les touristes et leurs parts relatives progressent.

Une corrélation entre le mode d’hébergement et la durée moyenne du séjour

De plus, le mode d’hébergement a un impact sur le temps du séjour : en Martinique, la durée moyenne du séjour (DMS) à l’hôtel ne dépasse pas les 5 jours. En Guadeloupe, la durée moyenne du

⁵ A l’issue de cette crise, on estime à 1 150 chambres la réduction du parc hôtelier en Guadeloupe.

⁶ La baisse du nombre de chambres offertes en 2007 a permis l’amélioration du taux de remplissage des établissements restants, qui passe de 54 à 59% entre 2006 et 2007. En 2007, les Antilles ne comptaient plus que treize établissements de luxe (sept en Guadeloupe et six en Martinique) comptabilisant environ 15% des chambres, alors que l’offre en 2 et 3* rassemble plus de la moitié des chambres.

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

séjour est aussi corrélée au mode d'hébergement avec une DMS de 8 nuits à l'hôtel, 15 en gîte ou location, et 20 nuits dans le cas du tourisme affinitaire.

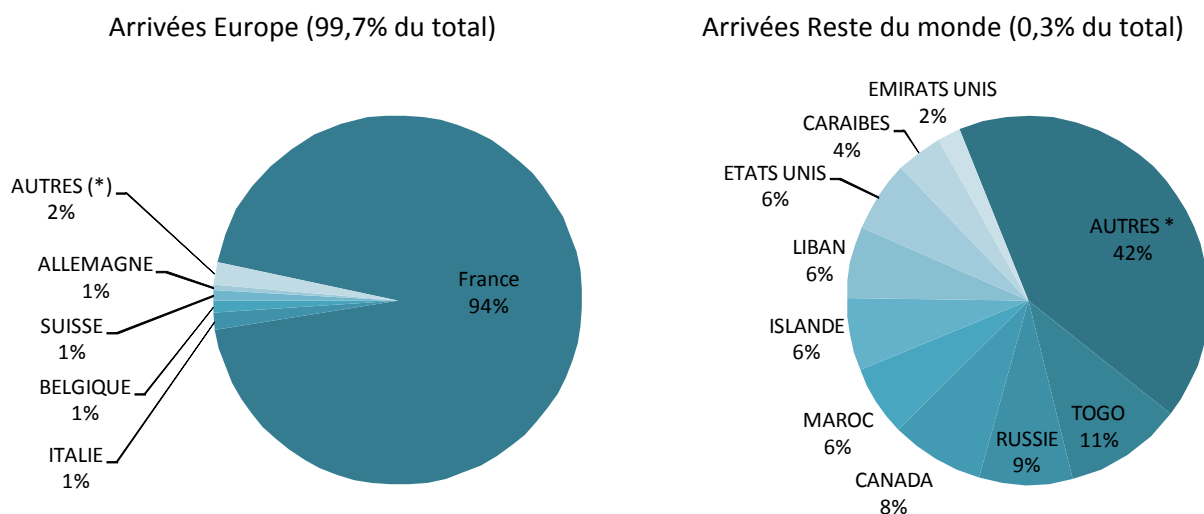
Une majorité de clientèle métropolitaine, responsable des émissions de gaz à effet de serre

Environ 90% de métropolitains, c'est le total atteint en 2007 par les touristes français à destination des Antilles. Le reste de l'Europe comptabilise environ 5% des arrivées. Elle regroupe une majorité de Suisses, de Belges et d'Italiens. Les autres marchés sont quasi-absents. La clientèle de la Martinique, malgré un schéma très proche de la Guadeloupe, est un peu plus diversifiée.

Le tourisme de loisirs arrive en tête, représentant les trois quarts des flux. Le tourisme d'affaires, peu développé, n'attire que 7% des visiteurs. Pour l'organisation de leur voyage, 40% des touristes souscrivent un forfait : deux tiers avec hébergement et transport, le reste optant pour une formule tout compris.

Comme les années précédentes, la catégorie socioprofessionnelle la plus nombreuse reste celle des cadres et professions libérales, qui regroupe 22% des touristes en 2007. Elle est suivie de très près par la catégorie des employés et celle des techniciens, avec des parts respectives de 21 et 19%. On observe, par ailleurs, un renforcement de la présence des retraités. Représentant 30% de la population française, leur part au sein des touristes est passée de 13% en 2006 à près de 19% en 2007.

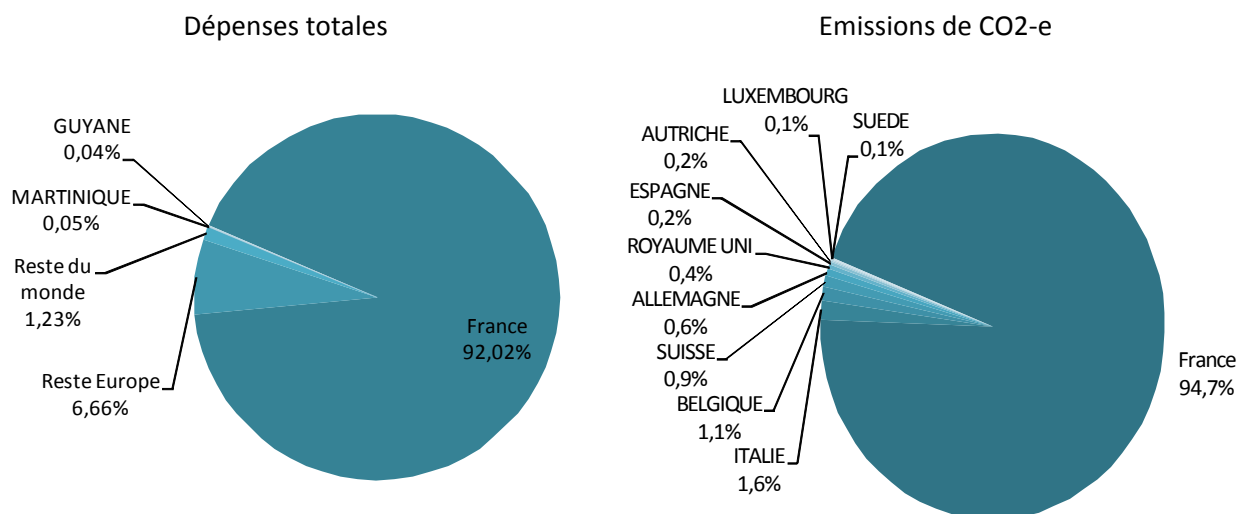
Figure 2 : Arrivées en Guadeloupe des marchés européens et du reste du monde en 2007



* Autres, moins de 2% du total. Par ordre décroissant : Royaume-Uni, Espagne, Autriche, Suède, Luxembourg, Danemark, Monaco, Norvège, Croatie.

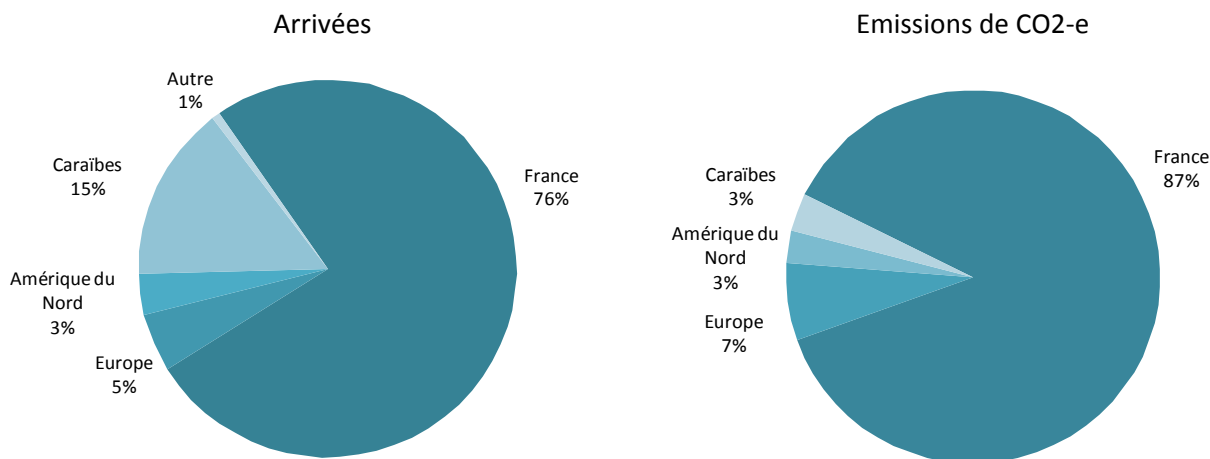
*Autres : moins de 2% du total.

Figure 3 : Dépenses et émissions de CO2 des dix premiers marchés en Guadeloupe en 2007



Source : Enquête sur les Flux Touristiques 2007, INSEE

Figure 4 : Arrivées et émissions de CO2 des principaux marchés martiniquais



Source : TEC, d'après l'INSEE

La présence majoritaire de métropolitains renforce l'effet de saisonnalité aux Antilles. L'automne est plutôt creux, la haute saison touristique s'étalant de Noël à Pâques, et l'été étant favorable au retour de métropole des natifs de l'île ainsi qu'au tourisme affinitaire.

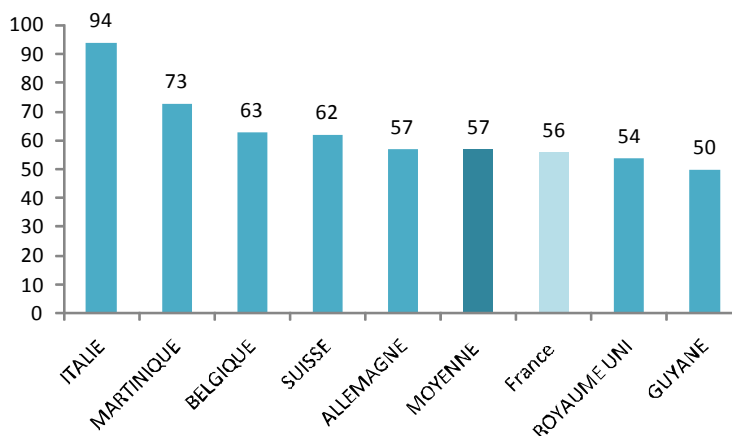
Des dépenses moyennes réduites

Pour la Martinique, l'origine des dépenses selon les clientèles n'était pas détaillée. Les résultats pour la Guadeloupe serviront donc de référence, le profil des touristes étant sensiblement le même. La majorité des touristes étant français, l'analyse des dépenses selon la catégorie socioprofessionnelle et le type de tourisme paraît pertinente. Ainsi, les dépenses les plus élevées sont celles des cadres. Mais elles sont rejointes en 2007 par celles des retraités, équivalent à une part de 22% du total chacune. Par ailleurs, le tourisme affinitaire génère une dépense quotidienne faible, qui se trouve par ailleurs

compensée par une durée moyenne de séjour élevée. A l'inverse, le tourisme d'affaires génère une forte dépense quotidienne, atténuée par la brièveté du séjour.

La dépense moyenne varie aussi selon l'origine des touristes. Du fait de la grande majorité de visiteurs français, la moyenne totale, 57€/jour/personne se situe au même niveau que la moyenne des métropolitains, 56€/jour/personne. Les visiteurs européens dépensent durant leur séjour, environ 30% de plus que la moyenne, soit 76 euros.

Figure 5 : Dépense quotidienne par nationalité en Guadeloupe en 2007



Source : Enquête sur les Flux Touristiques 2007, INSEE

L'effondrement de la croisière et la plaisance

Au cours de la crise, l'offre de croisière s'est effondrée au bénéfice d'autres destinations. Ainsi, alors que la Caraïbe est le bassin de croisière le plus fréquenté au monde, 59 navires seulement ont accosté en Guadeloupe en 2005, à comparer avec les 429 paquebots ayant fait escale dans le département en 1996, soit une chute de la fréquentation de 86 % en 10 ans. En 2005, le Port Autonome de Guadeloupe a enregistré moins de 100 000 croisiéristes contre près de 400 000 en 2000 (-75%) et plus de 600 000 en 1996 (-84%). Depuis, on note un regain d'intérêt des touristes, notamment au travers des transports inter-îles, plus particulièrement vers Marie-Galante ou les Iles Saintes. De même, l'activité de plaisance s'est pratiquement éteinte. Favorisée par la défiscalisation des investissements⁷, elle a subi une chute importante de l'offre depuis l'arrivée à terme de la loi Pons en 1998 et l'abandon du secteur dans le dispositif de défiscalisation suivant⁸. Le nombre de bateaux à la location a ainsi fortement diminué passant de 239 en 1996 à tout juste une quarantaine en 2004, soit une diminution de plus de 80%. Depuis, de nouveaux bateaux de location ont été mis en service grâce à la reprise de la plaisance dans la loi Girardin.

En Martinique, l'activité de plaisance en 2007 a connu sa première hausse depuis quelques années. Le nombre de croisiéristes, transitant souvent en Guadeloupe, reste en baisse.

De plus, le Port Autonome de Guadeloupe, pour relancer son activité, s'est engagé depuis 2004 dans l'amélioration de l'accueil des passagers grâce à la création d'un village artisanal et des animations connexes. Des investissements ont également été consentis à hauteur de 6 millions répartis sur trois ans dans la Marina de Bas du Fort.

⁷ Loi Pons

⁸ Loi Paul

La Guadeloupe qui réagit face à la crise

En réaction à la crise, l'ensemble des acteurs guadeloupéens s'est mobilisé. L'**Europe**, tout d'abord, par l'intermédiaire du DOCUP⁹ 2000-2006, a permis la réalisation de 142 millions d'euros de projets, financés à hauteur de 56 millions d'euros par le FEDER et 32 millions d'euros par la Région. Ces projets ont concerné le renforcement des capacités d'accueil (63%), la promotion touristique (19%), le développement de nouvelles stations et produits touristiques (14%) et le rééquilibrage des pôles touristiques. L'**Etat**, via le Ministère de l'Outre-mer, s'est également impliqué. La loi Programme, votée en juillet 2003, permet aux professionnels de l'hôtellerie et de la restauration, d'une part, et des transports, d'autre part, de bénéficier d'exonérations de cotisations patronales. Elle autorise aussi la défiscalisation d'une partie des travaux de rénovation ou de réhabilitation des structures hôtelières. Par ailleurs, la **Région** a créé fin 2003 un comité du tourisme (CTIG¹⁰), doté de 14 millions d'euros¹¹, pour relancer et structurer la promotion du secteur à l'extérieur. Collectivement¹², 35 millions d'euros ont été investis dans un lycée hôtelier de 550 places.

De plus, les dispositions prévues dans le schéma régional de développement économique ont été reprises dans une charte pour la reconstruction durable du tourisme en Guadeloupe signée par la Région, l'Etat et 15 partenaires en octobre 2006. Celle-ci propose un plan d'actions pour la relance du secteur. Un observatoire régional du tourisme, avec pour mission la production de statistiques officielles et la constitution d'une base de données sur le tourisme, a également été créé en 2005. Le PNR, pour sa part, s'est engagé en 2006 dans une démarche d'adhésion à la Charte européenne du tourisme durable qui vise notamment le développement des activités touristiques et l'amélioration de la qualité de l'offre ainsi qu'une meilleure gestion des ressources.

Parallèlement, les professionnels du secteur privé ont engagé de nombreuses démarches et réalisé d'importants investissements en vue d'améliorer la qualité de leur offre et d'augmenter leur capacité d'accueil. Dès 2002, une vingtaine d'établissements hôteliers ont adopté une démarche qualité afin d'offrir à leur clientèle un niveau de service conforme à ses exigences. Dotée d'un budget de 500 000 euros, cette action s'est concrétisée par l'élaboration d'une charte et l'application d'un plan de formation sur trois ans intéressant plus de 1 000 personnes (employés et dirigeants). D'importants projets de rénovation hôtelière ont par ailleurs été lancés ou réalisés en 2006 afin de reconquérir la clientèle en lui proposant des prestations mieux adaptées¹³.

Une stratégie de promotion dynamique

Un plan national de promotion de la Martinique et de la Guadeloupe a été mis en œuvre en complément des actions menées par les Comités du tourisme respectifs de chaque île. Doté d'un budget de trois millions d'euros, il a pour objectif essentiel de promouvoir les Antilles, notamment à destination des publics européen et américain.

Pour 2007, le CTIG a lancé une importante campagne de promotion tous supports en Europe et au Canada afin de pallier la période creuse. Avec la participation de cinq tour-opérateurs, le CTIG a parallèlement proposé à l'automne un package avion+hôtel 3 étoiles pour 799 € la semaine. Pour 2008, le CTIG vise en priorité l'Europe et les familles. La création de nouveaux packages est à l'étude.

⁹ Document Unique de Programmation

¹⁰ Comité du Tourisme des îles de Guadeloupe.

¹¹ Période 2004-2006.

¹² La Région pour 23 millions d'euros et l'Union Européenne pour 12 millions d'euros.

¹³ Au Club Méditerranée, par exemple, 24 millions d'euros ont été attribués à la rénovation et 1 million à la formation. Le groupe suédois Langley a quant à lui repris l'hôtel Fort Royal de Deshaies et le Kalenda de Saint-François, qui devraient être entièrement rénovés. Ces travaux doivent permettre aux complexes hôteliers d'améliorer leur niveau pour répondre aux attentes de la clientèle.

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

Au bout de trente années d'exploitation, le repositionnement de la destination, dans un contexte de baisse de sa compétitivité et de son attractivité, est inévitable. L'intérêt d'introduire à ce niveau une réflexion basée sur la notion d'éco-efficacité, base d'un tourisme durable, semble évident. De cette notion découleront le choix des marchés cibles, un positionnement adéquat et des produits adaptés, en concordance avec les opportunités du territoire.

2. Une stratégie de diversification de la desserte

Une destination éloignée, dépendante de la desserte

Situées à 6 800 km de la métropole, les Antilles sont éloignées de leur principal marché émetteur, la France. Cependant, grâce à la continuité territoriale, une desserte directe a toujours été assurée. Ainsi, après la disparition en février 2003 d'Air Liberté¹⁴, Air Caraïbes, compagnie régionale, a pris le relai, en lançant dès décembre 2003 des liaisons intercontinentales. Néanmoins, la crise du tourisme traversée par les Antilles, concomitante à un contexte international particulièrement défavorable, a eu d'importantes conséquences sur le secteur aérien, entraînant sa restructuration. Ainsi, pas moins de sept compagnies ont cessé leur activité dans cette zone depuis 2000, accompagnant une chute du nombre de passagers transportés. Le trafic, hors transit, a ainsi reculé successivement en 2001, 2002 et 2003. Depuis 2005, la Direction de l'aviation civile Antilles-Guyane veille à l'organisation des transports aériens de cette région.

Redondants ou complémentaires ?

Avec deux millions de passagers transportés, l'aéroport Pôle Caraïbes en Guadeloupe est le premier aéroport des DOM/TOM pour le trafic de passagers. Son positionnement au cœur du bassin des Caraïbes ainsi que la modernité de ses infrastructures font du Pôle Caraïbes le hub de plusieurs compagnies, dont Air France et Air Caraïbes. L'aéroport Aimé Césaire dessert la Martinique. Son trafic a connu une hausse de 4% en 2007, avec 1,6 millions de passagers transportés. Il est étroitement lié avec l'aéroport de Guadeloupe. Tous deux assurent des liaisons avec l'Europe et les Amériques, en plus du bassin des Caraïbes. Leur gestion a été attribuée à leurs CCI respectives.

Air France dépassé par Air Caraïbes

En 2007, le trafic vers les Antilles a repris. Le nombre de passagers total a progressé de 6% en Guadeloupe et de 4% en Martinique. Le trio des compagnies de tête est le même : Air France, Air Caraïbes et Corsair, suivi par Air Antilles. Air France a cependant perdu sa place de leader en Guadeloupe tandis que Corsair voit ses parts de marché s'éroder. Enfin, le trafic est un peu plus diversifié au départ de la Guadeloupe. En effet, depuis juin 2006, les principales compagnies aériennes desservant la Guadeloupe ont développé leur flotte pour faire face à la crise. En outre, de nouvelles lignes aériennes ont été inaugurées : Atlanta avec Delta Air Lines, Québec City avec Maestro et Sky Services, La Havane avec Air Caraïbes et Brest avec Corsair. A l'inverse, certaines lignes « doublons » vers la Martinique ont interrompu leur desserte faute d'un taux de remplissage suffisamment élevé : Atlanta avec Delta Air Lines ou Québec avec Sky Services.

Côté Guadeloupe :

Alors qu'ils représentaient un tiers du trafic vers la Guadeloupe, la part des vols charter s'est effondrée à moins de 2%, profitant aux compagnies régulières qui ont vu leur nombre de passagers augmenter : +12% pour Air Caraïbes, +8% pour Corsair et +7% pour Air Antilles Express. Air Canada se distingue également avec +9% de passagers. L'arrivée de Delta Airlines permet d'augmenter le trafic total à destination de l'Amérique du Nord mais pèse sur l'activité de sa concurrente American Eagle, -10% de passagers. Enfin, le marché sud américain connaît une forte diminution, principalement imputée aux retards et annulations de vols de la LIAT (-34% de clients).

¹⁴ Air Liberté a transporté en Guadeloupe 228 000 passagers en 2002.

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

En termes de volume de passagers transportés, Air Caraïbes, avec plus d'un tiers des parts de marché, arrive en tête des transporteurs au détriment d'Air France grâce à la reprise (Cuba¹⁵) et à l'ouverture de nouvelles lignes (Amérique du Sud).

Air France, face à l'érosion continue de ses parts de marché, lance une politique offensive avec l'ouverture de trois nouvelles liaisons fin 2007 sur le Suriname, Saint-Domingue et Saint-Martin, ainsi qu'avec l'acquisition d'un second Airbus A320 dédié au réseau régional, pour regagner sa place de leader.

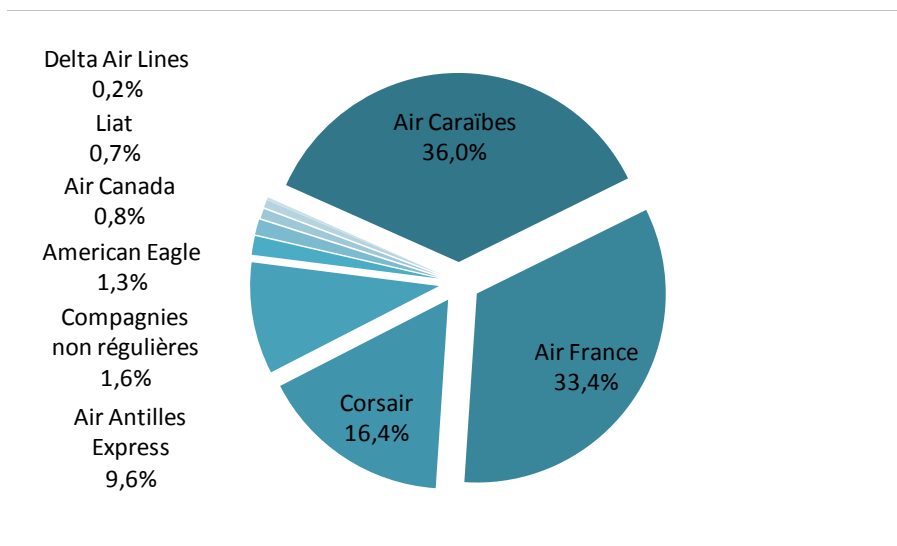
Corsair se maintient en troisième position, le renouvellement de sa flotte en 2007 ayant eu un effet positif sur le nombre de passagers transportés.

Enfin, Air Antilles Express assoit sa quatrième position avec 10% des parts de marché.

Côté Martinique :

Six compagnies se partagent la desserte régulière de Fort de France : Air France, Air Caraïbes, Corsair, Air Antilles, Liat, American Eagle. Air France reste en tête des transporteurs de passagers.

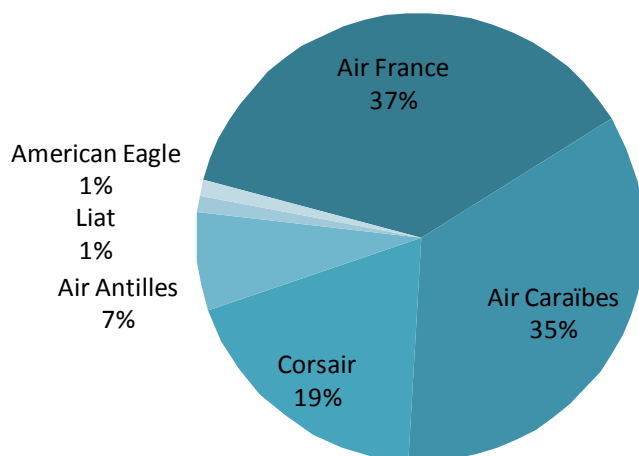
Figure 6 : Parts de marché des différentes compagnies desservant la Guadeloupe en 2007



Source : Chambre de Commerce et d'Industrie de Pointe-à-Pitre (Aéroport Guadeloupe Pôle Caraïbes)

¹⁵ Auparavant effectué par la Cubana de Aviación.

Figure 7 : Parts de marché des différentes compagnies desservant la Martinique en 2007



Source : TEC, d'après la CCIM

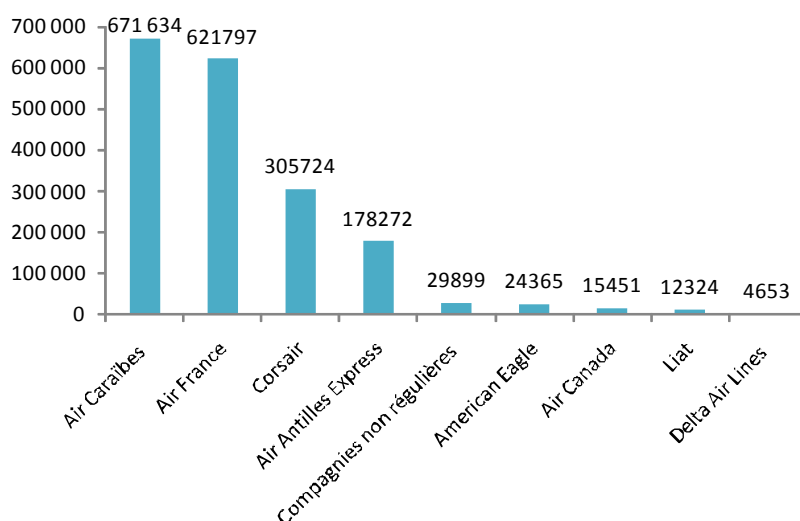
Un trafic passager en hausse depuis 2006

Entre 1989 et 2000, le nombre de passagers transportés (hors transit) n'a cessé de croître, de 1,2 million à près de 2 millions. Le trafic est ensuite entré en régression entre 2000 et 2003. En 2006, il repart enfin à la hausse, tendance confirmée au cours de l'exercice 2007.

Il faut cependant distinguer le trafic total des arrivées touristiques internationales, tant les déplacements des guadeloupéens sont importants. En effet, pour l'année 2007, ils sont estimés à 50% du total. Ainsi, sur le million de passagers débarqués en 2007, les touristes ne représentaient que 417 000 personnes.

De plus, en regardant les chiffres de plus près, on constate une restructuration du secteur, avec un total d'avions en baisse sur les cinq dernières années, accompagné d'une hausse du nombre de passagers, cela se traduisant par une amélioration du taux de remplissage. Cependant on note sur la même période une diminution importante du nombre de passagers en transit, traduisant une baisse de l'importance de l'aéroport, notamment en tant que hub des Caraïbes.

Figure 8 : Nombre de passagers vers la Guadeloupe par compagnie en 2007



Source : Chambre de Commerce et d'Industrie de Pointe-à-Pitre (Aéroport Guadeloupe Pôle Caraïbes)

Une desserte fortement marquée par la saisonnalité touristique

Le transport aérien, dominé par les flux touristiques, subit les effets de saisonnalité. Les arrivées atteignent leur maximum entre mi-décembre et début avril, et de mi-juin à fin août. Par ailleurs, tous les 4 ans, le mois de novembre connaît un regain de fréquentation en relation avec l'arrivée de la course transatlantique de la Route du Rhum.

La métropole et l'axe Martinique-Guyane, moteur du trafic

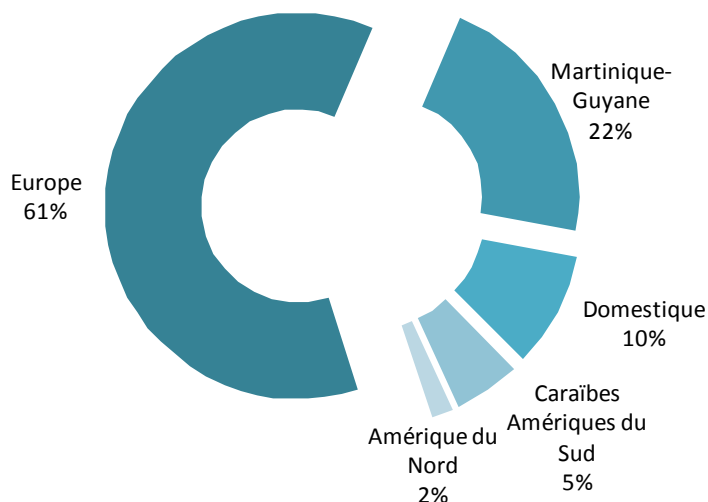
Les passagers en provenance de la métropole comptent pour 60% du trafic hors transit et l'axe Martinique-Guyane pour 20%. Ces axes ont respectivement augmenté de 8 et 4% au cours de l'année 2007. La plus forte hausse entre 2003 et 2007 revient, par ailleurs, au réseau nord-américain, qui a pratiquement doublé son nombre de passagers. Bien que cela ne constitue qu'une dizaine de milliers de passagers en soi, il est important de noter que cette hausse est le résultat d'un important travail diplomatique mené par les Conseils régionaux de Guadeloupe et de Martinique, et qui a abouti à la création en 2006 d'une liaison avec Atlanta, assurée par Delta Air Lines.

Le nombre de passagers en provenance ou à destination des Caraïbes et de l'Amérique du Sud a reculé en 2007, principalement à cause des retards et annulations de vols de la LIAT sur la desserte d'Antigua.

Enfin, l'évolution de la fréquentation sur Saint-Domingue, la Dominique, Sainte-Lucie et Port-au-Prince est restée bien orientée. L'ouverture par Air Caraïbes de lignes sur le Panama et le Costa Rica en décembre 2007 pourrait permettre de développer sensiblement le trafic sur ce réseau dès 2008.

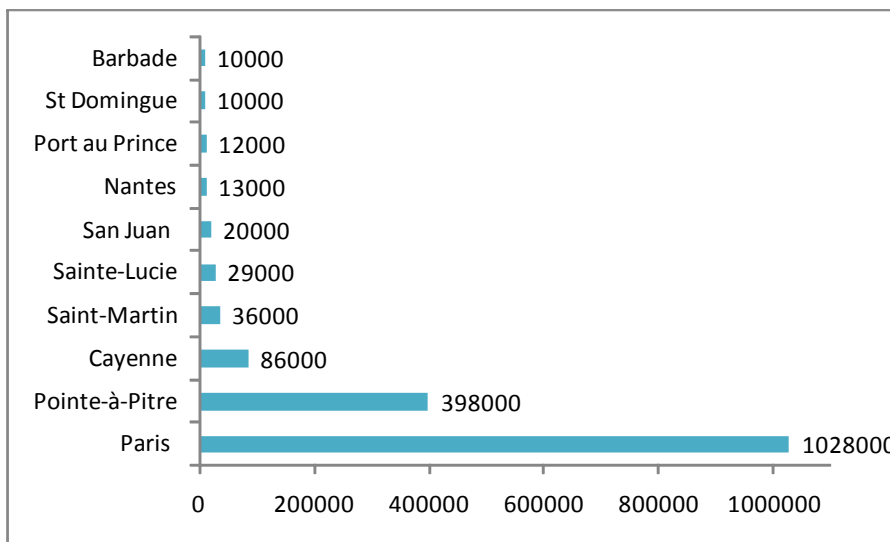
Cependant, les collectivités déplorent la desserte française depuis Orly et non Roissy Charles de Gaulle, qui les prive de clientèle européenne, la connexion à Paris n'étant pas assurée.

Figure 9 : Origine des passagers de Pôle Caraïbes en 2007



Source : Chambre de Commerce et d’Industrie de Pointe-à-Pitre (Aéroport Guadeloupe Pôle Caraïbes)

Figure 10 : Principales destinations des passagers au départ de Martinique en 2007



TEC, d’après la CCIM

Un hub et des aérodromes secondaires

La Guadeloupe compte cinq aérodromes : Basse-Terre-Baillif, La Désirade, Les Saintes, Marie-Galante et Saint-François, ainsi qu’un aéroport international situé à Pointe-à-Pitre, rebaptisé Pôle Caraïbes après son extension en 1996. Avec une capacité d’accueil de 4 millions de passagers par an, c’est le dixième aéroport français en termes de trafic de passagers. Concernant le fret, c’est le deuxième aéroport des DOM et le huitième en France.

Une hausse du trafic domestique

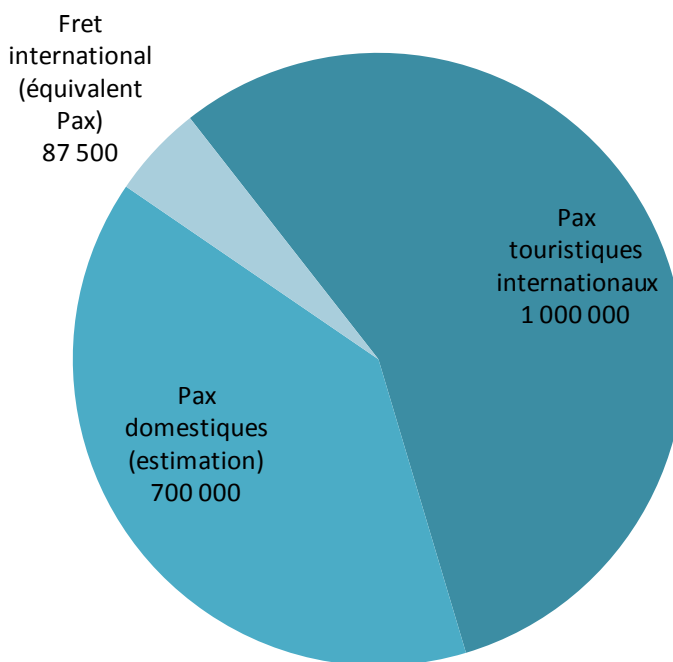
Le trafic de passagers du réseau domestique s’est également inscrit en hausse de 1,3 %. Cette évolution résulte de l’ouverture d’une liaison avec Saint-Barthélemy en juillet 2006 par la compagnie aérienne Air Antilles Express et du développement de l’offre sur Saint-Martin avec la desserte par Air France de l’aéroport de Juliana, en partie hollandaise. Le trafic avec les îles de Saint-Barthélemy et Saint-Martin a crû respectivement de 17,9 % (+ 6 872 passagers) et 3,1 % (+ 4 053). En revanche, la concurrence du trafic maritime sur la desserte des îles du sud a entraîné une chute de 73,0 % des passagers en provenance ou à destination des îles de Marie-Galante et de Terre-de-Haut, avec des pertes respectives de 5 278 et de 2 655 passagers.

Le fret aérien lié à l’activité économique

2007 a vu une amélioration du volume de marchandises transporté pour les deux îles (1,7% en Guadeloupe et 3% en Martinique). En déclin depuis plusieurs années, les importations restent supérieures aux exportations. Progressivement, la voie maritime gagne des parts de marché. Le trafic postal, qui représente environ 15 % du trafic aérien de marchandises, est également en hausse. Air France reste leader sur le trafic fret, suivi par Air Caraïbes et Corsair.

Figure 11 : Répartition du tonnage transporté en 2007 en Martinique

Trafic international et domestique



Pax touristiques internationaux	1 000 000
Pax domestiques (estimation)	700 000
Fret international (équivalent Pax)	87 500
Total (équivalent Pax)	1 787 500

Remarques

1. Conversion fret/ pax. 1 passager = 160 kg de fret (source : UNWTO-UNEP-WMO 2008, « Tourism and Climate Change. Responding to Global Challenges »)

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

2. Les allers et les retours sont comptés séparément
3. Il est intéressant de noter que les importations représentent 10 500 tonnes contre 3 500 tonnes seulement pour les exportations.

TEC, CCIM

Des ambitions mitigées

En Martinique, la création d'une nouvelle aérogare reste tributaire des évolutions du trafic. Sans croissance du secteur touristique, le trafic stagnera certainement autour des 1,6 millions de passagers. Avec une croissance annuelle moyenne de 3,5%, le trafic pourrait atteindre 1,8 millions de passagers en 2010.

En Guadeloupe, trois axes principaux ont été définis pour 2007-2009 :

- des incitations tarifaires, avec une réduction des redevances aéronautiques sur trois ans, afin de favoriser la création de nouvelles destinations¹⁶ ;
- la réalisation d'investissements pour augmenter la capacité de traitement, ainsi que l'amélioration de l'accueil des visiteurs ;
- la réorganisation des activités extra-aéronautiques.

Ainsi, l'aéroport espère franchir le cap des 2 millions de passagers dès 2008.

¹⁶ Air Caraïbes sera, en 2008, la première compagnie à bénéficier de ces mesures, avec l'ouverture de lignes vers le Panama et le Costa Rica.

3. L'économie régionale et son positionnement par rapport à la contrainte carbone

Un profil énergétique dominé par la consommation de produits pétroliers

Les produits pétroliers et le charbon représentent presque la totalité de l'énergie finale consommée. Les transports consomment plus de la moitié de cette énergie tandis que les secteurs industriels et des services représentent le second poste avec un quart environ de la consommation. Les résidences des particuliers arrivent ensuite, tandis que le besoin d'énergie pour l'agriculture est résiduel.

Entre 1999 et 2005, la consommation d'énergie a augmenté de 8% en Martinique, principalement en raison de la consommation du bâti (+22%). Pour la répartition de la consommation, on constate une légère différence, avec une part plus importante des émissions dues au secteur des transports pour la Martinique.

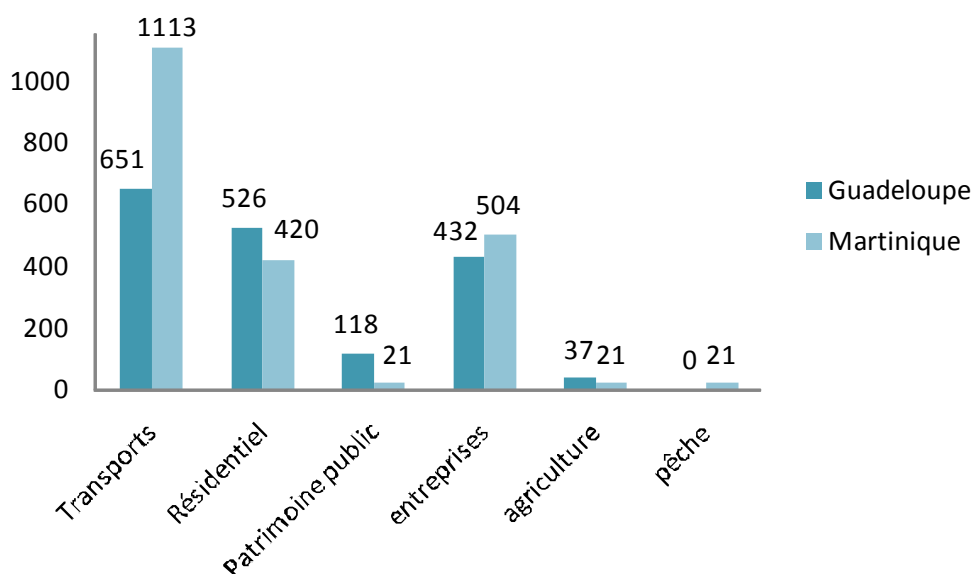
Le transport, poste qui alourdit le bilan carbone antillais

En 2006, les émissions de la Guadeloupe d'origine énergétique étaient de 1 764 milliers de tonnes de CO₂. Les émissions non énergétiques nettes, (c'est-à-dire déduction faite des puits de carbone) atteignaient 463 milliers de tonnes.

Les transports arrivent en tête des émissions avec 37% du total, suivi du secteur résidentiel (30%) et des entreprises (24%). Le patrimoine public et l'agriculture viennent ensuite comptant respectivement pour 7 et 2% du total des émissions.

Pour la même année, les émissions de la Martinique d'origine énergétique étaient de 2 100 milliers de tonnes d'équivalent CO₂ (EXPLICIT 2007)¹⁷. En Martinique, les émissions ont connu une augmentation de l'ordre de 9% entre 1999 et 2005.

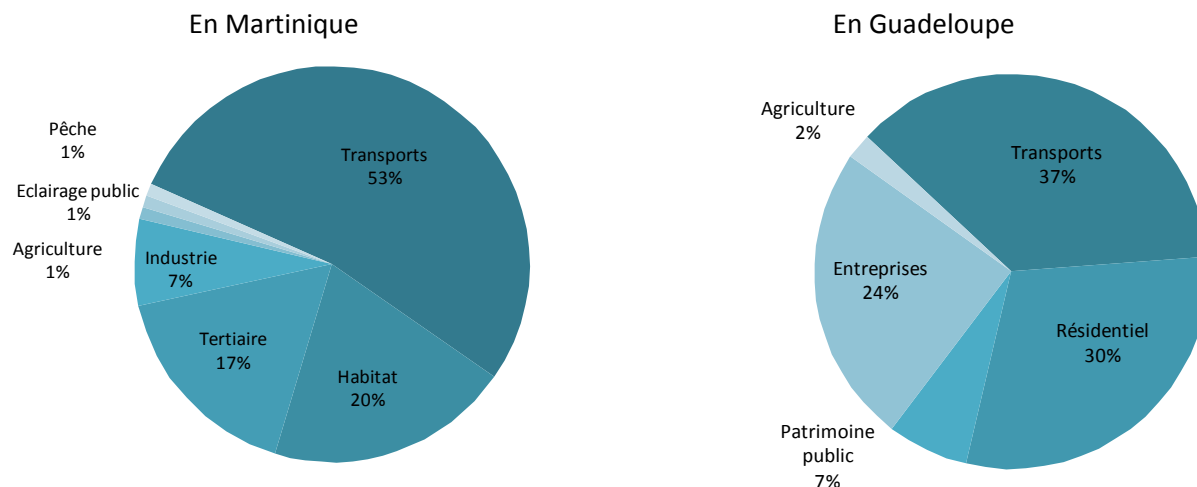
Figure 12 : Répartition comparative des émissions par secteur en Martinique et Guadeloupe en 2006
En millier de tonnes de CO₂



Source : TEC, d'après (EXPLICIT 2007; EXPLICIT 2008)

¹⁷ Pour rappel, la Guadeloupe compte environ 450 000 habitants contre 400 000 habitants en Martinique.

Figure 13 : Répartition sectorielle des émissions de CO2 en Martinique et en Guadeloupe en 2006



Source : TEC, d'après (EXPLICIT 2007; EXPLICIT 2008)

Les voyageurs, source principale des GES imputables au transport

Les transports de voyageurs représentent presque 90% de la consommation énergétique des transports et l'aérien 20% de la consommation énergétique des voyageurs. La contribution du transport aérien au réchauffement climatique est supérieure car l'estimation précédente ne prend pas en compte les effets additionnels au CO₂ qui caractérisent l'aviation (EXPLICIT 2008) p.37.

De 2000 à 2006, la consommation de carburant de l'aviation a baissé en raison d'une baisse du trafic, qui peut être considérée comme à contre-courant de la tendance mondiale et vient illustrer les difficultés du tourisme aux Antilles.

On notera également que dans ces évaluations, seules les consommations de bateaux se trouvant dans les eaux territoriales sont prises en considération. Les croisières ne partant pas du territoire français, indépendamment de la question de l'attribution des émissions, sont donc exclues alors même qu'elles constituent un mode de tourisme fortement émetteur de CO₂.

Un développement dramatique de la climatisation

L'hôtellerie et la restauration sont deux activités très énergivores, notamment aux Caraïbes. En Guadeloupe, elles consomment 11% de l'électricité totale. Phénomène inquiétant, la climatisation tend à se généraliser et ceci dans des conditions désastreuses pour les émissions (en particulier dans le logement). En effet, la part de la climatisation dans les consommations du secteur résidentiel a été multipliée par 5 entre 1990 et 2006 (23%) et le marché est encore loin de la saturation. Ce marché, mal maîtrisé par les utilisateurs, entraîne des surconsommations considérables : absence d'intégration à la construction, absence de sensibilisation des usagers sur les coûts de fonctionnement, niveau de conseil des vendeurs très insatisfaisant, mauvaise installation, absence d'entretien, recours à des appareils bon marché peu performants. On peut penser que la situation est encore plus catastrophique dans les hébergements non marchands que dans les hôtels. Il reste que dans les deux cas la dynamique est tout à fait inquiétante.

II. Résultats et perspectives

1. Les émissions de GES du transport touristique

Les données dont nous disposons pour la Guadeloupe et la Martinique nous ont été transmises déjà traitées par l'INSEE, et n'ont pas permis une analyse aussi fine que nous l'aurions souhaitée. Elles nous ont permis d'analyser les émissions de GES associées à la desserte aérienne d'une quinzaine de marchés. Dans cette analyse, seuls les déplacements internationaux ont été comptabilisés, les déplacements internes des touristes¹⁸ n'ayant pas pu être isolés. De plus, nous n'avons abordé que les déplacements des touristes, les émissions de GES des croisiéristes faisant escale en Guadeloupe étant difficilement quantifiables.

La méthode de calcul de ces émissions et des différents ratios associés est présentée dans le chapitre 1 « Objectifs et méthodes », puis détaillée en Annexe de chaque fiche. En résumé, pour chaque territoire a été construit un tableau par sous-marchés (origine des clientèles) et par motifs (famille/amis, agrément...) aussi détaillé que possible, qui a été associé avec des données de dépense par séjour, puis avec des données de distance origine/destination et des coefficients d'émissions de GES par passager/km. L'ensemble permet pour chaque sous-marché et chaque regroupement de marchés de calculer des distances totales, volumes de dépenses, émissions de GES, ainsi que tous les ratios dérivés (CO₂/euro dépensé, CO₂/nuitée, euro/nuitée...).

Les émissions de GES du tourisme... et leurs ratios d'éco-efficacité

Ne sont comptabilisées dans ce travail que les émissions de GES du transport touristique origine/destination. Les émissions *in situ* (hébergement, activités, et transports internes) ne sont pas prises en compte. Au niveau mondial, le transport origine/destination représente 75% des émissions de GES du tourisme, et jusqu'à 90-95% pour des territoires éloignés et pour lesquels l'aérien est dominant, comme c'est le cas de l'outre-mer français. On traite donc de la grande majorité des émissions. La problématique locale (construction des hôtels, climatisation...) reste intéressante d'un point de vue énergétique, mais moins du point de vue des GES.

Les émissions de GES du tourisme peuvent être analysées de différentes manières.

L'approche la plus fréquente consiste à analyser le volume global d'émissions, avec une comparaison du tourisme avec les autres secteurs économiques d'une part, et avec le bilan d'ensemble du territoire d'autre part.

Cependant, pour une réflexion stratégique et prospective, cette approche ne semble pas suffisante. Afin d'être en mesure de réfléchir à l'arbitrage entre secteurs économiques, mais aussi aux formes de tourisme à privilégier et à celles à dissuader, la notion d'éco-efficacité peut-être d'une grande aide. Il s'agit, par l'élaboration de différents ratios, de comparer des données de pressions sur l'environnement (tonnes de GES), avec des données socio-économiques (valeur ajoutée, chiffres d'affaires, nuitées...). Une activité éco-efficace produira peu de CO₂-e par unité de service produite, au contraire d'une activité peu éco-efficace.

Le choix du dénominateur dépend du type de comparaison recherché et des objectifs privilégiés. Plusieurs ratios sont utilisés dans ce document :

- pour les comparaisons inter-secteurs, on utilise les ratios « émissions de GES par euro de valeur ajoutée brute (kg de CO₂-e par euro) », ou « émissions de GES par habitant », qui donne une idée du poids d'un secteur dans le bilan carbone du territoire ;

¹⁸ Croisières, déplacement inter-îles...

- pour les comparaisons à l'intérieur du secteur du tourisme, on utilise les ratios « émissions de GES par euro dépensé par les touristes (kg de CO₂-e par euro », qui donne une idée de l'éco-efficacité du tourisme par rapport au développement économique local. Le ratio « émissions de GES par nuitée » donne quant à lui plutôt une idée de l'éco-efficacité dans l'accès aux vacances. En effet, si un pays récepteur est surtout intéressé par l'impact sur l'économie locale, un pays émetteur de touristes sera aussi intéressé par la possibilité de maintenir l'accès aux vacances pour le plus grand nombre. En termes d'aide à la décision, il semble donc légitime d'analyser les deux, sans pouvoir trancher entre l'un ou l'autre.

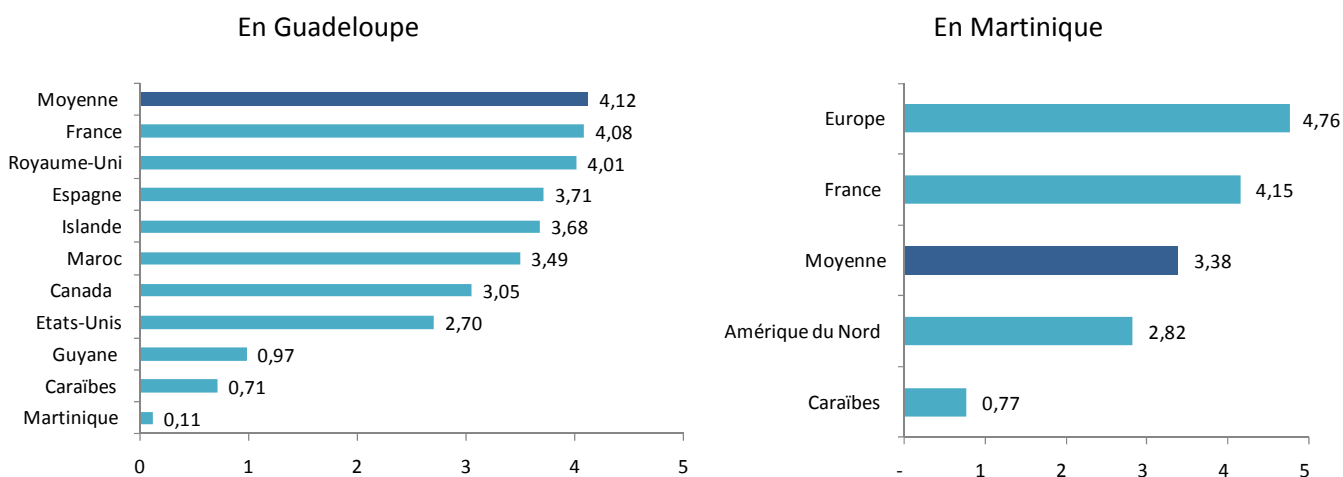
Le transport aérien touristique, une part importante du bilan carbone des Antilles

La distance du principal marché émetteur, la métropole, induit forcément un poids important des déplacements touristiques dans le bilan carbone des Antilles. Ainsi, sur le million de passagers débarqués à Point-à-Pitre et Fort-de-France, près de la moitié étaient des touristes européens en 2007. Le total de leurs émissions de GES atteignait 1,7 million de tonnes de CO₂-e. Rapporté au nombre d'habitants, cela représente 4 tonnes de CO₂ par résident... Dans l'optique d'un partage à parts égales des émissions entre le pays émetteur et le pays récepteur, cela représenterait tout de même 2 tonnes par habitant, imputables aux seuls déplacements des touristes.

Le rapport à la distance, un paramètre essentiel

Bien que la métropole soit à l'origine de la majorité des arrivées aux Antilles, la Figure 14 est intéressante pour aborder une prospective puisqu'elle permet d'identifier les marchés les moins émetteurs par arrivée et donc ceux qu'il serait judicieux de développer dans une optique de réduction des GES. Les cinq premiers marchés, Martinique, Caraïbes, Guyane, Etats-Unis et Canada, émettant de 0,11 à 3,05 tonnes, permettent d'atteindre une efficacité relative. La durée du séjour (dont nous ne disposons pas) serait utile pour compléter le diagnostic.

Figure 14 : Emissions de CO₂-e en tonne par séjour aux Antilles en 2007

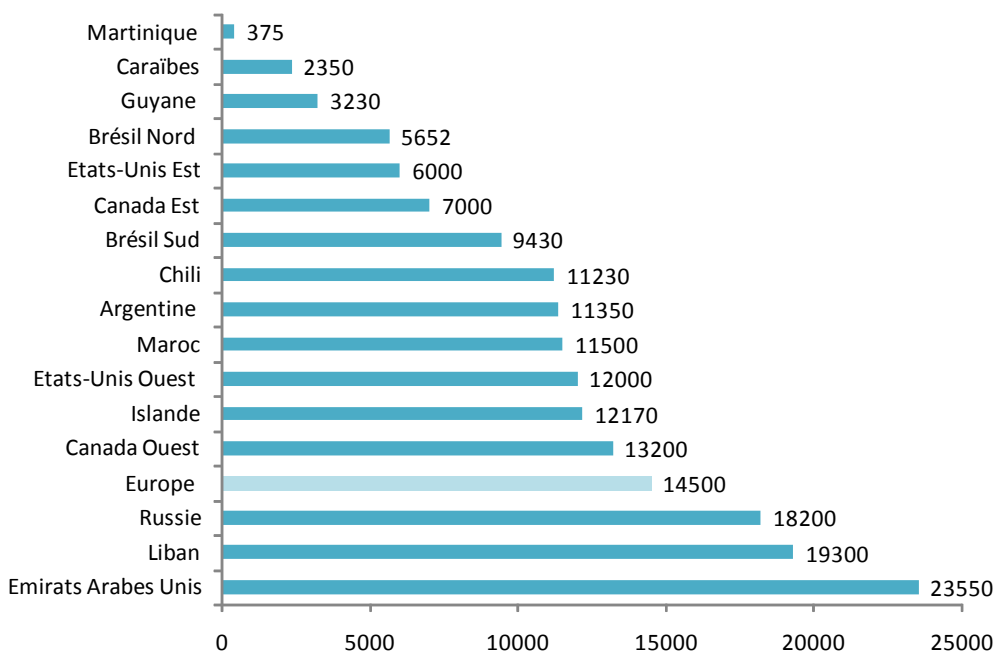


Source : TEC - Insee

Afin d'avoir une meilleure idée des distances évoquées, la Figure 15 présente un classement des distances aller-retour jusqu'à Pointe-à-Pitre par marchés ou régions par ordre décroissant. On constate

ainsi qu’entre la Martinique et la Guyane, la distance est presque multipliée par 10. De même, la côte Est ou Ouest des Etats-Unis ne peuvent être envisagées de la même façon. A 14 500 km en moyenne, l’Europe constitue un marché éloigné, qui à terme mériterait d’être substitué par d’autres marchés plus proches.

Figure 15 : Distance aller-retour jusqu’en Guadeloupe en kilomètres de quelques marchés types ¹⁹



Source : TEC

Une dépense trop faible du marché principal

Les émissions de GES doivent aussi être comparées aux retombées économiques qu’elles engendrent. Ainsi, le ratio émissions de GES par euro dépensé est intéressant à comparer. Nous ne disposons pour la Guadeloupe que de peu de données sur les dépenses selon l’origine des touristes²⁰. La

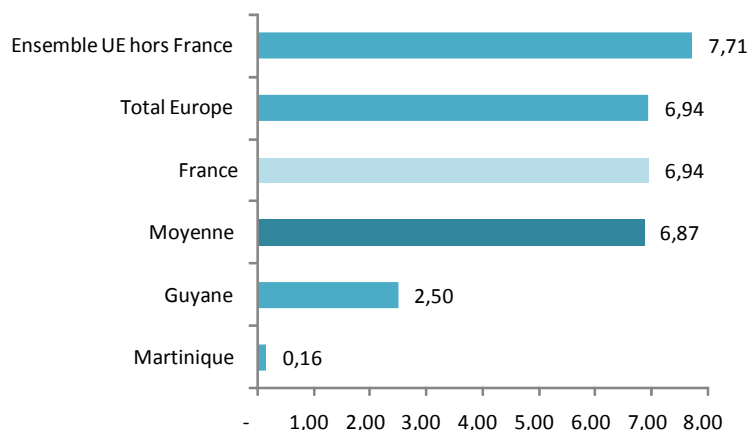
¹⁹ Pour les calculs de distance la capitale de chaque pays a été choisi, excepté pour les régions Europe (Amsterdam) ou Amérique du Nord (New York, Los Angeles, Toronto, Vancouver) pour lesquelles des villes hub ont été choisies. Distances issues du calculateur de CO2 Solidaire.

²⁰ Pour la Martinique, nous n’avons pas obtenu les données par origine. La Guadeloupe servira donc de référence pour les Antilles.

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

Figure 16 nous permet de comparer le degré d'efficacité en mettant en regard les émissions par rapport aux dépenses. La moyenne de 6,87 kilos par euro dépensé est élevée. La France qui représente 92 % des dépenses se situe au-dessus de la moyenne. Les meilleurs marchés restent de loin les marchés de proximité comme la Martinique et la Guyane. Il serait cependant intéressant de disposer de données concernant des marchés intermédiaires comme les Etats-Unis, le Canada, les marchés Sud-américains ou encore un détail de la Caraïbe. Ces données seraient utiles en terme de prospective.

Figure 16 : Emissions de CO₂-e en kilo par euro dépensé en Guadeloupe en 2007



Source : TEC - Insee

Le classement des marchés les plus efficaces

Le manque de détails dans les données ne nous permet pas d’aller beaucoup plus loin dans notre analyse. Ainsi, les tableaux des marchés les plus efficaces reprennent les informations évoquées précédemment. Pour les Antilles, l’éloignement de son principal marché émetteur, la France, associé à une dépense moyenne faible ne permettent pas d’obtenir de bons résultats en terme d’éco-efficacité. Le manque de données concernant la durée de séjour nous empêche d’établir le ratio émissions de GES/nuitée. Cependant, la moyenne de 16 jours laisse penser que les séjours sont relativement longs et permet à la Guadeloupe d’obtenir un ratio moyen de CO₂/nuitée de 0,31 tonne par nuitée.

Figure 17 : Classement des marchés selon leur éco-efficacité par euro dépensé et par séjour²¹

a. Par euro dépensé

Origine	CO2/euro dépensé (kg)
Antilles	0,16
Guyane	2,50
Moyenne	6,87
France hexagonale	6,94
Total Europe hors France	6,99

²¹ Ce tableau a été réalisé à partir des données du tourisme pour la Guadeloupe. Etant donné la proximité des deux îles ainsi que les similitudes entre leurs secteurs touristiques, on peut considérer ses résultats valables pour les Antilles.

b. Par séjour

Pays	CO2/séjour (tonnes)
Antilles	0,11
Caraïbes	0,71
Guyane	0,97
Etats-Unis	2,70
Canada	3,05
Maroc	3,49
Islande	3,68
Espagne	3,71
Royaume-Uni	4,01
France	4,08
Moyenne	4,12
Togo	4,19
Belgique	4,19
Suisse	4,24

Source : TEC – Insee

Une très faible éco-efficacité par rapport à la métropole et aux autres DOM-TOM

Le chiffre moyen de 6,87 kg de CO₂ émis par euro dépensé doit être comparé aux 2,10 kg émis par le tourisme international à destination de la France métropolitaine (Gossling et al. 2004). Le tourisme international à destination des Antilles est donc 3 fois plus polluant que celui à destination de la métropole. Même par rapport à d'autres territoires pourtant très éloignés comme la Polynésie française ou la Nouvelle-Calédonie, la Guadeloupe reste largement au-dessus des moyennes, certainement du fait d'un tourisme exclusivement métropolitain²². Cependant, comme on l'a vu dans notre analyse, certains marchés se situent nettement en-dessous de cette moyenne comme la Martinique (0,16 kg CO₂/euro dépensé). Enfin, d'autres marchés de proximité méritent une étude plus approfondie que nous mènerons dans la partie suivante.

Figure 18 : Eco-efficacité du tourisme international comparée

Comparaison de l'éco-efficacité du tourisme	
	CO2-e/euro dépensé (kg)
Vers la métropole	2,10
Vers la Nouvelle-Calédonie	3,61
Vers la Polynésie	4,24
Vers la Réunion	6,52
Vers la Guadeloupe	6,87
Vers la Martinique	7,33

Source : TEC - Gossling et al., 2004

²² Ces résultats sont issus des données sur la Guadeloupe. Les résultats pour la Martinique doivent être proches, un peu inférieurs néanmoins du fait d'une part moins importante de touristes français.

Un secteur touristique avec une très faible éco-efficacité comparé aux autres secteurs économiques

Figure 19 : Eco-efficacité comparée par secteur en Martinique pour 2007

Ratios	Tonnes CO2/salarié	Kg CO2/€ de VA	Kg CO2/habitant
agriculture	3.566	0,126	51
Entreprises	20.2	0,351	868
tertiaire	1.4	0,030	347
Tourisme		8.71 (CO2-e) 4.35 (CO2)	2190 (CO2-e) 1145 (CO2)

Source : TEC, Insee

Figure 20 : Eco-efficacité comparée par secteur en Guadeloupe pour 2007

	Emissions (t)	Effectif salarié	Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Valeur ajoutée (en millions d'euros)	Nombre d'habitants
Entreprises ²³	432 000 ²⁴	32 534	6 710	1 397	458 000
Tourisme	860 000 ²⁵ 430 000 ²⁶	4 189 ²⁷	250	105	458 000

Ratios	Tonnes CO2/salarié	Kg CO2/€ de CA	Kg CO2/€ de VA	Kg CO2/habitant
Entreprises	13	0,064	0,3	943
Tourisme	206 (CO2-e) 103 (CO2)	3,44 (CO2-e) 1,72 (CO2)	8,19 (CO2-e) 4,09 (CO2)	1878 (CO2-e) 939 (CO2)

Source : TEC, Insee

Dans ce tableau, la moitié des émissions du transport international (1 719 387 tonnes) a été attribuée à la Guadeloupe selon les conventions usuelles, soit 860 000 tonnes. L'unité est ici le CO₂-équivalent, multipliant les émissions de CO₂ de l'aviation par un facteur 2, pour rendre compte, au-delà du seul CO₂, de la contribution au changement climatique de l'aviation (coefficient retenu par l'ADEME). Les émissions du transport touristique en termes de CO₂ sont rappelées : elles sont du même ordre de grandeur (et non plus du double) de celles des entreprises. Il n'en reste pas moins qu'en termes d'éco efficacité, c'est bien la contribution totale au changement climatique qui nous intéresse et donc le

²³ Somme des rubriques suivantes de l'annexe 1 : EJ+EM+EP+EM-P1-P2+EB+EC+EE+EF+ED+EH, soit toutes les entreprises moins le transport, l'hôtellerie-restauration et les activités récréatives.

²⁴ Tonne de CO₂.

²⁵ En tonne de CO₂-e, hors transport domestique.

²⁶ En tonne de CO₂.

²⁷ Insee Enquête Entreprises 2006.

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

CO₂-e du tourisme qu'il est légitime de faire figurer au numérateur, et de comparer au CO₂ des autres secteurs²⁸.

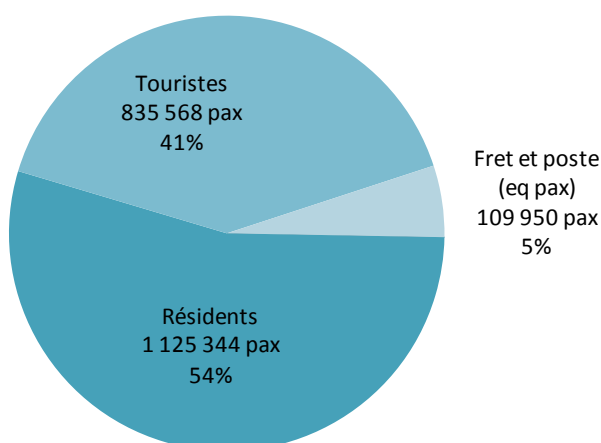
Dans ces conditions, l'examen du tableau montre que :

- L'éco-efficacité du tourisme, bien que ne tenant compte que des émissions du trajet (excluant celles de l'hébergement, des activités et des transports à destination), est désastreuse par rapport à la moyenne. Cette constatation resterait vraie si on prenait en compte le seul CO₂ (en niant la spécificité des émissions de l'aérien).
- Rapportée à l'emploi, la constatation est la même.
- La contribution au changement climatique par habitant (guadeloupéen) est deux fois plus élevée pour le tourisme que pour les autres entreprises, alors que la valeur ajoutée de celles-ci est environ treize fois celle du tourisme.

C'est pourquoi il est urgent de prendre conscience du montant de GES émis par les pratiques touristiques actuelles. Travailler sur des marchés précis et identifiés pour leur éco-efficacité permettrait d'améliorer les résultats obtenus par le secteur touristique pour l'année 2007 et développer un tourisme plus soutenable à long terme.

Pour éclairer l'arbitrage entre les différentes utilisations du transport aérien, on peut noter qu'aujourd'hui plus de la moitié des passagers débarqués ou embarqués en Guadeloupe est le fait de résidents. Le fret et la poste ne représentent que 5% du trafic aérien. Si la question de la répartition des émissions de GES du transport aérien entre tonnes de fret et passagers reste aujourd'hui prématurée, elle mérite tout de même d'être soulevée. En effet, l'imposition de quotas de CO₂ amènera nécessairement à faire des choix, auxquels il vaut mieux être préparé pour les anticiper.

Figure 21 : Répartition du trafic aérien vers la Guadeloupe par marché pour l'année 2007²⁹



Source : Chambre de Commerce et d'Industrie de Pointe-à-Pitre (Aéroport Guadeloupe Pôle Caraïbes)

²⁸ Sachant que pour ceux-ci CO₂- et CO₂ sont très proches.

²⁹ Total arrivées/départs. Conversion fret/pax : 1 pax = 160 kg de fret.

Figure 22 : Carte des émissions totales de GES en CO₂-e et éco-efficacité des marchés émetteurs en 2007



2. Histoire du scénario

Méthodologie des scénarios : application de la méthode de *backcasting*

Choix des objectifs à atteindre et déroulement du scénario³⁰

Le but de cette étude est de réduire la dépendance du tourisme de l'outre-mer français au carbone, dans un contexte plus général de réduction des émissions. Nous appliquons donc une méthode dite de *backcasting* : c'est-à-dire qu'on fixe un objectif et qu'on déroule ensuite les actions nécessaires pour l'atteindre. Pour chaque territoire, un scénario commun est construit. Les objectifs que nous proposons sont dérivés des objectifs internationaux du « Paquet » Energie Climat (PEC). A 2020, ceux-ci vont de -20% des émissions par rapport à 2005 dans un scénario bas, à -30% par rapport à 2005 dans le cas d'un engagement substantiel des partenaires externes. Par rapport à ces objectifs internationaux, nous fixons un horizon 2025 à nos scénarios, car une quinzaine d'années représente le temps nécessaire à mettre en place une stratégie touristique et son plan d'actions. Par rapport au -30% d'émissions à l'horizon 2020, nous proposons un objectif de réduction de 40% des émissions, les contraintes étant amenées à être de plus en plus fortes. Enfin, le maintien de la dépense constitue le second objectif de ce scénario, assurant la cohérence avec un développement durable.

Pour atteindre les objectifs des scénarios, différents facteurs de changement ont été retenus, qui varient différemment selon les territoires concernés :

- le mode de transport utilisé : facteur d'émissions de l'avion, coefficient de remplissage de l'avion, diminution des places en première classe (appréhendés par le biais des facteurs d'émission), optimisation du pré-acheminement ;
- le volume d'arrivées et les marchés ciblés ;
- le *marketing-mix* : affinitaire, affaires, agrément, marché de niche, etc. ;
- la dépense par jour et par séjour ;
- la durée des séjours (globale et par marchés) : développement d'une offre alternative de long séjour en gîtes ou résidences de tourisme grâce aux lois de défiscalisation ;
- le développement du marché domestique (quand c'est possible) ;
- les déplacements sur place (Polynésie française) et la diminution des distances des parcours en croisières ou l'utilisation de modes de transport moins polluants.

Pour chaque facteur, les hypothèses tiennent compte du contexte : volume de la population, des marchés émetteurs et récepteurs, du niveau de vie, du temps libre disponible, des tendances de la demande, des spécificités du territoire d'accueil...

Les scénarios ont ensuite été construits en sommant l'effet individuel de chaque facteur, puis en ajustant cette somme pour tenir compte d'effets cumulatifs perturbateurs : il n'est pas toujours possible d'étudier l'effet de chaque facteur de manière totalement isolée. Par exemple, les effets démographiques, la croissance économique et le changement culturel, sont trois facteurs concourant ensemble à l'accroissement des taux de départ. Le scénario de développement durable implique par ailleurs plusieurs précautions méthodologiques :

- c'est un scénario de « *backcasting* », c'est-à-dire construit pour atteindre un objectif final. Les hypothèses pour chaque facteur peuvent donc être « orientées », dans la limite du raisonnable, afin d'atteindre les objectifs attendus ;
- le scénario introduit un certain nombre de ruptures, particulièrement pour le marché métropolitain ou par rapport à la politique des arrivées et des marchés ciblés. Certaines hypothèses ont ici un caractère novateur ;

³⁰ Cf. chapitre 1 : Objectifs et méthodologie.

- les interactions entre chaque facteur nécessitent d'être considérées avec attention, et l'effet de chaque facteur ne doit pas nécessairement être analysé isolément. Un allongement de la durée de séjour n'est par exemple pas compatible avec une augmentation de la dépense quotidienne. Cette analyse des incompatibilités permet d'assurer la cohérence des canevas des scénarios.

Quelques limites

Si nous obtenons un ensemble de résultats novateurs et significatifs, nous avons parfois été limités par les informations disponibles. Nous avons alors émis des hypothèses, dans la limite du raisonnable ou encore introduit des dimensions débordant le cadre de l'analyse initiale. Dans nos stratégies prospectives, nous avons ainsi introduit une part de tourisme domestique. Sans données précises, nous l'avons évaluée pour 2007 et 2025, à partir des possibilités du territoire, de la population et de son niveau de vie.

Par ailleurs, notre idée initiale en termes de prospective était de proposer un scénario alternatif, dit de développement durable, en contrepoint d'un schéma d'Aménagement et de Développement Touristique. Or, seule la Réunion avait élaboré un tel document. C'est donc l'unique territoire pour lequel nous avons mené une analyse de cette sorte. Pour la Nouvelle-Calédonie, nous avons également proposé un scénario alternatif par rapport à un futur focalisé sur l'activité du nickel. La confrontation de ces deux scénarios, conçus pour être réalistes, permet de montrer que le champ des possibles est très large si l'on fait entrer toutes les variables dans l'analyse. Les autres territoires, Antilles et Polynésie, n'ont qu'un seul scénario.

Orientation des différents scénarios

La Réunion

Grâce à l'existence de son Schéma d'Aménagement et de Développement Touristique provisoire à 2020, nous pouvons proposer deux scénarios : le premier, un « tendanciel » se référant au schéma à 2020 et le second, de « développement durable » décrit ci-dessus. Le tendanciel reprendra les objectifs édictés dans le Schéma en y assortissant le montant de GES correspondant, tandis que le second procurera une vision alternative.

La Nouvelle-Calédonie

Vu l'existence et les perspectives de l'industrie du nickel, deux scénarios sont proposés, là encore dépendant des hypothèses d'allocation du budget carbone. Dans le premier cas, l'essentiel du budget carbone est alloué à l'industrie du nickel et le tourisme est réduit au minimum. Le second reprend les hypothèses communes du scénario de « développement durable ». Le budget carbone est alors partagé plus équitablement entre nickel et tourisme.

La Polynésie Française

Comme il n'existe pas d'autres alternatives économiques probantes, ni de schémas de développement touristique, nous ne proposons qu'un seul scénario de « développement durable », privilégiant les marchés les plus efficaces, combinant proximité, rentabilité et long séjour.

Guadeloupe et Martinique³¹

Là encore, on ne dispose pas d'une vision émanant des acteurs sur l'avenir touristique pour le territoire. Nous proposons donc notre scénario de développement durable. Pour parvenir aux résultats attendus, nous envisageons outre un développement du tourisme domestique et de proximité, un positionnement plus haut de gamme et concurrentiel sur de l'éco-tourisme et de la location longue durée.

³¹ Si cette fiche a été réalisée sur les Antilles en prenant compte des données pour Guadeloupe et Martinique le plus que nous pouvions, la prospection sera réalisée à partir des données pour la Guadeloupe, plus complètes, et qui fera office de modèle pour les Antilles, qui ont des secteurs touristiques relativement proches.

3. Un scénario de développement touristique durable

En l'absence de schéma de développement³² et d'ambitions chiffrées, nous établirons un seul scénario, qui tentera d'aboutir aux objectifs communs de réduction des émissions de CO2 de 40% et d'augmentation des retombées économiques.

Pour y parvenir, la stratégie sera axé sur :

- le choix de nouveaux marchés prioritaires situés dans une aire régionale : Mexique, USA (Floride, USA sud-est...) et Canada francophone ;
- la réduction des parts des marchés trop éloignés comme ceux d'Europe ;
- l'optimisation du tourisme venant de France, en passant de parts relatives de 95% métropole - 5% international à 70% métropole - 30% international, par exemple ;
- le développement du tourisme domestique ;
- un repositionnement du produit qui réponde à la concurrence (du balnéaire et de l'éco-tourisme) et adapté aux tendances de la demande et en accord avec les spécificités du territoire);
- la hausse des retombées (motif et durée du séjour) ;
- l'optimisation du mode de transport des visiteurs (taux de remplissage des avions et pré-acheminement).

4. Des résultats encourageants

Les marchés régionaux en priorité

Dans un premier temps, les Antilles choisissent de diversifier leurs clientèles, en favorisant le marché régional, c'est-à-dire les Amériques ou le marché domestique, plutôt que l'Europe, pour diminuer les émissions de GES liées au transport aérien. Les mesures spécifiques sont :

- Vers l'Amérique du Nord, et en particulier le Québec francophone :
 - o Avec environ 300 arrivées en 2007, le marché américain est considéré comme prioritaire. Situé à moins de 5 000 km, ce marché à fort pouvoir d'achat doit impérativement être développé davantage. Pour ce faire, les Antilles misent notamment sur leur spécificité d'enclave française dans la Caraïbe, et valorise la qualité du service (savoir-faire français...), la culture (tourisme créole, patrimonial, les possibilités de découverte individuelle, la francophonie) mais aussi les infrastructures de service ou la qualité de vie en général. Les Antilles tirent également parti de leur développement et du climat de sécurité qui leur permet de ne pas être un «ghetto touristique» mais une destination dont les touristes peuvent profiter à leur aise.

Pour attirer ces marchés, les Antilles investissent dans des démarches qualitatives et de la formation, qui aboutissent à une professionnalisation de la branche touristique :

³² *Le Président de la Région M. Victorin LUREL a validé les premières orientations stratégiques du SDAT élaborées par Protourisme et IPSOS Antilles :

1. Construire une stratégie de développement déclinée par territoire, au plus près des acteurs ;
2. Redéfinir les missions des acteurs institutionnels et les modalités de partenariats public/privé ;
3. Reconquérir les clientèles traditionnelles et développer les marchés européens par une montée en gamme de la destination ;
4. Faire émerger 4 à 5 grands projets structurants pour la destination ;
5. Réussir le défi d'un tourisme durable, magnifiant l'identité créole.

formation des personnels, montée en gamme des produits, diversification de l'offre. Le développement d'une offre d'affaires pour le marché nord-américain est également envisagé. Pour cela, les Antilles prennent exemple sur la concurrence et sur les produits pouvant être proposés par les Bahamas, le Mexique ou encore Cuba.

La base de cette stratégie reste la différenciation du reste de la Caraïbe, en particulier de ses principaux concurrents actuels que sont Cuba et la République Dominicaine. En s'appuyant sur le savoir-faire français concernant l'aménagement territorial, la création de parcs naturels ou encore les expériences en matière de tourisme durable en général, les Antilles développent une offre axée sur un éco-tourisme haut de gamme, en phase avec les tendances de la demande, qui met en valeur les spécificités du territoire et qui vient compléter l'offre de balnéaire.

- Un produit de niche est également développé, qui vise le marché des retraités Nord-américains, en particulier des québécois francophones, connus pour migrer en dehors de leurs frontières à l'arrivée de l'hiver. Ce phénomène est d'ailleurs connu sous le nom de « sunbirds ». Le développement d'une offre locative adaptée à ces visiteurs de longue durée, notamment grâce aux dispositifs fiscaux avantageux dont dispose l'outre-mer français, est donc mis en place : villas, résidence de vacances...

Pour parvenir à attirer ces marchés, les Antilles mettent également en place des mesures afin d'améliorer leur desserte et continuent à nouer des partenariats avec les aéroports de la côte Est, notamment grâce à l'alliance d'Air France, la Sky Team composée entre autres de Delta Airlines, Continental Airlines ou Aero Mexico.

En combinant une offre adaptée à la demande des marchés nord-américains, une qualification de l'offre et le développement de nouvelles routes aériennes, les Antilles parviennent ainsi en 2025 à attirer un ensemble d'Américains, de Canadiens et de Mexicains comptant pour environ 11% des parts de marchés.

- Le marché domestique et les territoires d'outre-mer de proximité (Guyane, Martinique) :
 - Avec une population de 450 000 habitants en Guadeloupe, les nuitées marchandes domestiques sont estimées à 1 000 000 en 2007, soit un peu plus de 2 nuits par habitant. La dépense moyenne s'établit à 20 euros par jour par habitant soit 10 euros de moins que le tourisme domestique à la Réunion et 25 de moins qu'un Français métropolitain.

En 2025, à cause d'une réduction des déplacements (baisse des aides, hausse des prix de l'aérien, taxe environnementale) mais aussi d'une amélioration de l'offre de loisirs, le tourisme domestique se développe et la dépense moyenne quotidienne augmente. Il atteint 1,6 millions de nuitées pour une dépense moyenne de 28 euros.

La fréquentation de touristes des autres territoires d'outre-mer, Martinique et Guyane, ainsi que des territoires français proches se développe également, pour des raisons affinitaires et de loisirs essentiellement³³. Ils atteignent 20% du total.

La diminution des émissions des marchés trop éloignés

- Les arrivées de la métropole

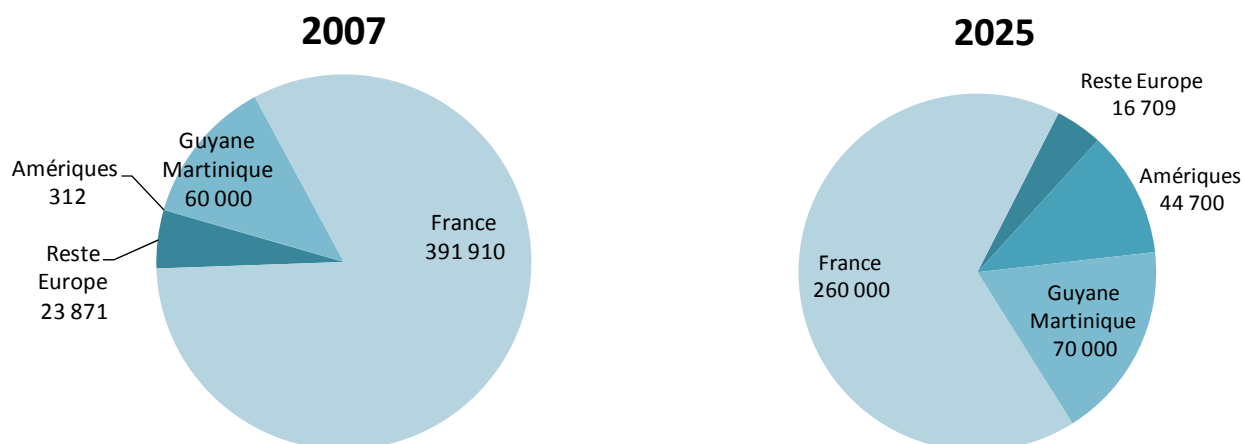
³³ Les chiffres concernant les arrivées des territoires d'outre-mer en Guadeloupe étant erronés, nous avons appliqués ceux de Martinique, qui sont confirmés par les données du transport aérien.

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

- Pour des raisons environnementales, le tourisme depuis la métropole n'est pas encouragé. Le marché affinitaire est toutefois maintenu, afin de permettre le regroupement des familles.
 - La part du marché des loisirs est donc en net régression. L'offre évolue vers de l'éco-tourisme et du trekking. Une offre de circuits inter-îles se développe, notamment grâce à des embarcations faiblement polluantes : bateaux à voile, bateaux à moteur de petit gabarit... La tendance déjà observable à l'hébergement dans des gîtes ou des résidences de vacances pour une durée plus longue se poursuit et s'amplifie. Le recours au complexe hôtelier de type « resort », à la semaine, se recentre sur le marché d'affaires.
 - L'offre d'hébergement chez les particuliers est relancée grâce à une meilleure utilisation du parc locatif défiscalisé.
 - Enfin, pour l'éco-efficacité du transport, des solutions low-cost sont proposées. L'idée n'est pas d'augmenter le trafic en baissant le coût des billets, mais d'améliorer le taux de remplissage des avions au départ. Cette mesure est particulièrement valable pendant les périodes creuses. Ces billets à prix réduits sont entre autre destinés à des publics particuliers : étudiants, retraités, fonctionnaires, voyages scolaires...
- Les arrivées des autres marchés
- Déjà faibles, les arrivées d'Europe diminuent encore pour des raisons environnementales. Les visiteurs viennent essentiellement pratiquer du tourisme de loisirs, sur des produits d'éco-tourisme et de circuits doux. L'offre est déclinée en produits de deux semaines en moyenne, avec une alternance d'hébergements : gîtes, hôtels, bivouac...
 - Les marchés africain et du Moyen-Orient ne sont pas développés en raison de leur éloignement.

Grâce à ces mesures, le marché français passe de 94 à 66% des arrivées, avec un maintien du volume affinitaire. Au total, le marché européen compte pour 70% du volume de visiteurs. Le coefficient d'émissions du transport est également amélioré.

Figure 23 : Evolution des arrivées par région entre 2007 et 2025³⁴



³⁴ Estimations pour la Guadeloupe.

L'accompagnement au transport multimodal

- Pour diminuer les émissions de GES, les infrastructures de transport ferroviaire auront largement été développées d'ici 2025, en particulier dans les pays développés. Grâce à des accords avec les compagnies de transport respectives des différents marchés émetteurs, un transport multimodal est mis en place au Etats-Unis et au Canada où les territoires sont très étendus. Les déplacements en avion sont ainsi minimisés au profit du train. Cela évite les transferts et les vols à escales et permet de réduire sensiblement les émissions de GES.

L'intérêt pour des marchés plus lucratifs

- En 2007, le marché des affaires ne représente que 5% du total des visites, contre 75% pour les loisirs. Les Antilles décident donc de développer le marché d'affaires pour améliorer la rentabilité de la destination. La plupart des hébergements sont rénovés et montent en gamme. Les marchés développés de proximité sont ciblés comme les Etats-Unis ou le Canada mais aussi les marchés émergents comme l'Amérique Centrale et du Sud. Ce produit s'adresse essentiellement aux marchés proches, car le temps de déplacement et l'accessibilité sont des facteurs importants pour les voyageurs d'affaires.
- Le marché des seniors est encouragé. Représentant 30% de la population française, leur part au sein des visiteurs de Guadeloupe est passée de 13% en 2006 à près de 19% en 2007. Ce marché, déjà en progression, est donc encouragé par de la promotion, des produits adaptés et grâce au climat relativement clément³⁵ dont bénéficient les Antilles. En effet, le marché des seniors cumule divers avantages par rapport à la problématique du carbone : des départs hors périodes scolaires ou hors saison, beaucoup de temps libre à disposition, un goût pour les activités douces, un pouvoir d'achat plus élevé que la moyenne. En développant une gamme de services particulièrement adaptée à cette population, la Guadeloupe attire des retraités français, canadiens (francophone) ou encore américains. Des dispositifs d'incitation sont également mis en place (réduction des tarifs à certaines périodes à partir de 65 ans, billets d'avions prioritaires...).
- Autrefois florissant, le secteur de la croisière dans les Antilles françaises a connu un déclin fulgurant. Les Antilles décident donc d'investir dans des aménagements maritimes afin de reconquérir des parts de marché. Située dans le premier bassin au monde, les Antilles françaises se sont peu à peu vues écartées des parcours des croisières, et les escales se sont raréfiées. Le réaménagement de quelques ports adaptés à des produits de croisière, la création de complexes d'accueil, l'offre d'animations et d'excursions à terre permettent de rendre les Antilles plus attractives. Cela dit, les Antilles cherchent d'abord à attirer les compagnies de croisière dans ces ports pour des escales seulement, en parallèle d'une activité de croisière « douce » au départ de ses ports. En effet, la croisière, comme on la connaît, est un mode de déplacement très polluant et n'est pas une solution de tourisme durable.

La dépense totale moyenne augmente donc, mais pas pour l'ensemble des marchés. Ainsi, l'Amérique du Nord voit sa dépense moyenne augmenter grâce à la montée en gamme de l'offre et au développement du marché d'affaires. A l'inverse, la dépense quotidienne moyenne des marchés européens diminue, d'une part à cause de la forte diminution de la part du marché d'agrément au profit de l'affinitaire, et d'autre part en raison de l'allongement de la durée moyenne du séjour.

³⁵ Hors cyclone, canicule et risques liés au changement climatique.

Figure 24 : Evolution des parts de marché par segment en Guadeloupe

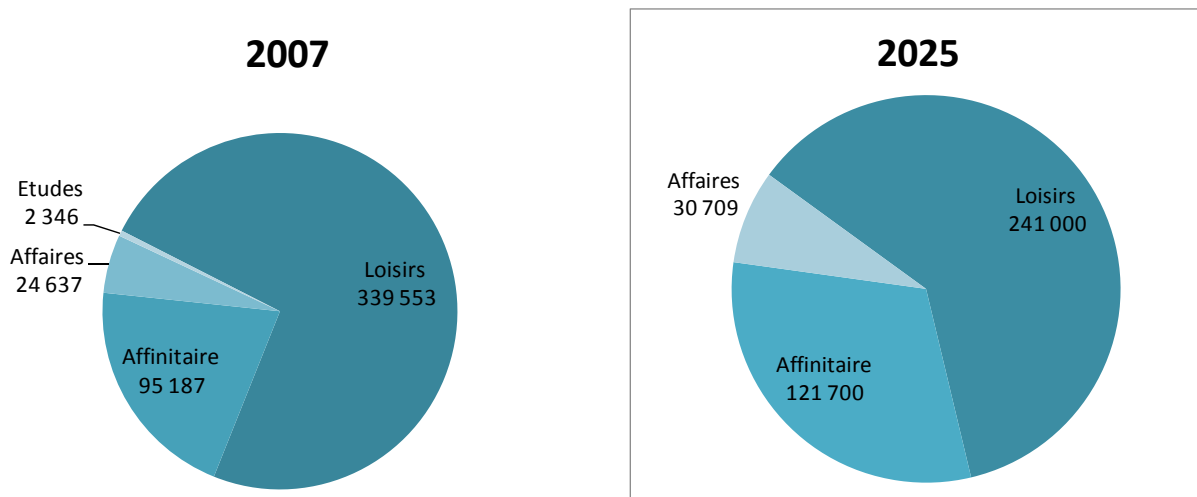
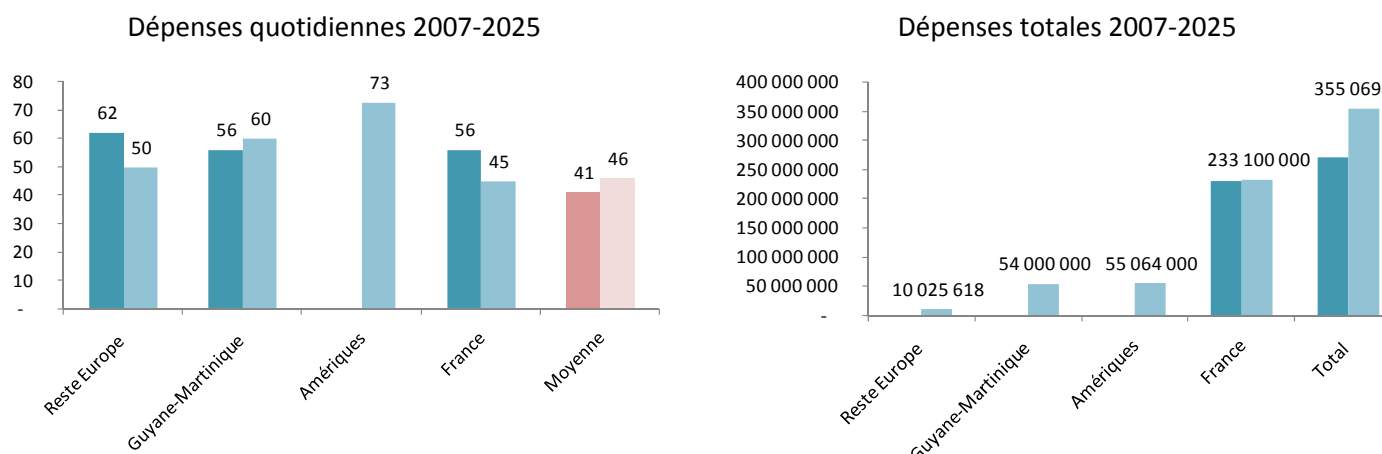


Figure 25 : Evolution des dépenses quotidiennes et totales en Guadeloupe



La diversification de l'offre

- Comme on l'a évoqué, afin d'attirer de nouveaux marchés, les Antilles optent pour :
 - o une différenciation, notamment sur des produits d'éco-tourisme ou culturel ;
 - o une montée en gamme avec des produits de meilleure qualité, notamment en comparaison avec ses concurrents directs : Cuba et la République Dominicaine ;
 - o une offre de produits adaptés aux marchés des séniors : loisirs et hébergements ;
 - o un développement des hébergements de différentes gammes et sur l'ensemble du territoire :
 - gîtes et résidences pour les visiteurs à plus faible pouvoir d'achat : jeunes, affinitaire, domestique ;
 - hôtels/éco-lodge pour les visiteurs à plus fort pouvoir d'achat : américains, séniors, affaires ;

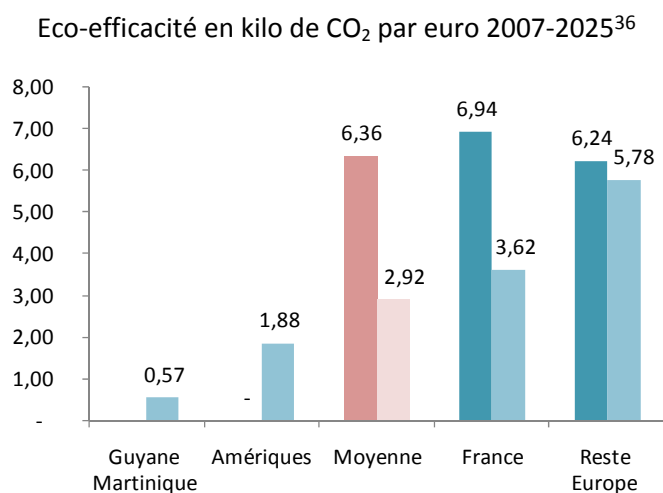
DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

- une valorisation des spécificités du territoire : patrimoine environnemental, double culture (créole et française), etc. ;
- un développement de l'événementiel pour un public de proximité : régates, festival, salon international, favorisant le tourisme lors des périodes creuses.

Ainsi, en mettant en œuvre l'ensemble de cette stratégie, la Guadeloupe parvient, tous marchés confondus, aux résultats suivants :

- une diminution de 5% des arrivées totales ;
- un allongement de 15% de la durée moyenne de séjour ;
- une augmentation de 30% des nuitées, notamment grâce au tourisme domestique ;
- une augmentation de 12% des dépenses quotidiennes ;
- une augmentation de 30% des dépenses totales ;
- une diminution de 40% des émissions de GES.

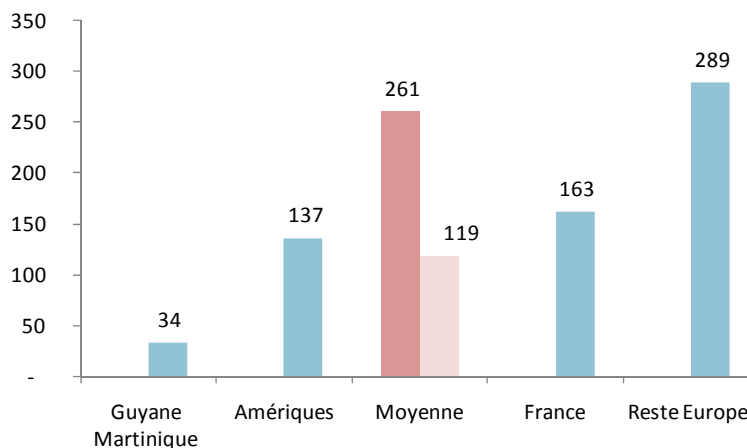
Figure 26: Evolution de l'éco-efficacité 2007-2025



Eco-efficacité en kilo de CO₂ par nuitée 2007-2025³⁷

³⁶ En incluant le marché domestique.

³⁷ En incluant le marché domestique.



Source : TEC, Insee

Ce scénario est-il plausible ?

Dans cette optique, à l’horizon 2025, la part de la métropole aura diminué de 35% avec un maintien de l’affinitaire, et donc une forte baisse des loisirs. L’Europe comptera tout de même pour 70% des arrivées, les Amériques pour 11% et les DOM (Martinique et Guyane) pour 18%.

Afin d’attirer ces nouveaux marchés, un travail important sur le positionnement des Antilles devra être accompli, en partie sur une requalification de l’offre : hébergement et formation des professionnels ; sur la définition d’un produit d’éco-tourisme (création du PNR, mise en place de sentiers de randonnées et d’hébergements adaptés...), sur une offre « sénior », une offre d’affaires ; et enfin sur l’aspect marketing : image de la destination, publicité, distribution... Par ailleurs, un important travail de réseau et de création d’alliances sera nécessaire, avec des partenaires dans le transport, chez les tours-opérateurs spécialisés....

Si les aspects dépendants des Antilles semblent relativement classiques et réalisables dans le cadre d’une stratégie de développement touristique, le positionnement par rapport à la concurrence ainsi que l’évolution du contexte sont plus difficiles à prévoir. Les Antilles pourront-elles se positionner sur un marché d’affaires face au Mexique ou aux Bahamas ? Auront-elles suffisamment d’atouts en termes d’éco-tourisme pour rivaliser avec le Costa Rica ? Pourront-elles faire face aux coûts dérisoires des autres états de la Caraïbe dans le marché de la croisière? D’un point de vue réglementaire, seront-elles soumises aux mêmes réglementations en matière d’émissions de CO₂ que d’autres pays émergents ?

Par ailleurs, la piste du développement du transport multimodal, très intéressante, ne dépend pas non plus des Antilles, mais plus des politiques de transport mises en place en Amérique et d’accords internationaux.

Toutes ces questions sont encore aujourd’hui sans réponse et laisse planer de lourdes incertitudes sur le développement touristique des Antilles.

Le développement d’une industrie domestique doit donc être visé comme une priorité, afin de supporter le secteur. Sans ressource économique autre que le tourisme, fortement dépendante de la métropole, les Antilles doivent se mobiliser rapidement si elles souhaitent amorcer un développement durable. L’essor de secteurs d’activité complémentaires devrait aussi être encouragé.

Sources

Bibliographie

- Comité Martiniquais du Tourisme
- Direction du tourisme, Le tourisme dans l'outre-mer français, novembre 2008.
- EXPLICIT. Plan énergétique régional pluriannuel de prospection et d'exploitation des énergies renouvelables et d'utilisation rationnelle de l'énergie de la Guadeloupe. Fort de France, Région Guadeloupe, 2008, ADEME: 193p.
- EXPLICIT. Vers un plan climat énergie pour la Martinique. Fort de France, 2007, ADEME.
- IEDOM, Le tourisme en Guadeloupe : Une application de la théorie du cycle du produit, Thomas de Gubernatis, octobre 2007, 4p.
- IEDOM, Rapport d'activité annuel de la Martinique 2007, juin 2008, 272p.
- Insee, Enquête des flux touristiques en Guadeloupe, 2007, 4p.
- Insee, Enquête de Fréquentation Hôtelière en Martinique, 2007.
- Insee, Tableaux économiques régionaux de la Martinique, numéro 20, 2007.
- Note Aéroport Guadeloupe 27/11/08
- Wikipedia – aéroport de Guadeloupe, internet 26/01/09

Méthodologie

Nos données sur le secteur touristique sont principalement issues de l'*Enquête sur les Flux Touristiques 2007* réalisée par l'Insee. Les données en Guadeloupe étaient plus détaillées qu'en Martinique. En dehors des arrivées, nous avons rarement pu obtenir des informations par origine des touristes. Cependant, les français métropolitains représentent 94% du total, la part inconnue est donc relativement faible. Concernant les données aériennes, nous nous sommes servis du rapport d'activité fourni par les CCI de Guadeloupe et de Martinique. Enfin, les informations sur les émissions de GES proviennent du Plan énergétique régional de la Guadeloupe, réalisé par le cabinet Explicit pour la région Guadeloupe.

Pourtant, plusieurs données essentielles nous manquent comme les nuitées ou la durée de séjour par origine. Ces informations ne sont en effet pas ventilées par nationalité.

Concernant les distances, la capitale a généralement été choisie comme point d'origine, excepté pour le Canada et les Etats-Unis. Ainsi pour le Canada, la moitié des départs a été attribuée à Vancouver et l'autre à Toronto. De même pour les Etats-Unis, la moitié des touristes a été attribuée à Los Angeles et l'autre à New York. Pour la zone Caraïbe, Port-au-Prince a été arbitrairement choisi, et pour les pays d'Europe non-précisés, Vienne a également été arbitrairement choisie.

La part d'arrivées inconnues représente 0.1% du total des visiteurs, l'évaluation du total des émissions de GES lié au transport est donc globalement fiable.

La part des touristes de séjour représente 94% du total des visiteurs. 4% d'entre eux réalisent donc un circuit. Pour ces derniers nous n'avons pu évaluer la part d'émissions de GES imputable aux autres destinations du circuit. Le total des émissions de GES pour la Guadeloupe s'en trouve donc légèrement surestimé.

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET DEPENDANCE AU CARBONE

Pour la répartition par sous-marchés, Affaires, Affinitaire, Loisirs, Etude et Autre, nous ne disposons pas d'informations par nationalité.

Annexes

Annexe 1 : Analyse sectorielle de la Guadeloupe en 2006

Principales caractéristiques de chaque secteur en Guadeloupe en 2006			
Secteurs d'activité	Effectif salarié	Chiffre d'affaires	Valeur ajoutée
			En millions d'euros
Services aux entreprises	6 471	640,1	281,7
<i>dont - Conseils et assistance</i>	1 662	225,6	117
<i>dont - Services opérationnels</i>	4 619	366,1	151,9
Services aux particuliers	3 483	319,4	159,8
<i>Hôtels et restaurants</i>	3 158	212,9	95,6
<i>Activités récréatives, culturelles et sportives</i>	232	100,3	60,9
<i>Services personnels et domestiques</i>	93	6,2	3,3
Activités immobilières	390	153,5	100,1
Ensemble du secteur des services	10 344	1 113,0	541,6
Industries agricoles et alimentaires	1 188	192,8	50,9
Industrie des biens de consommation	625	86,8	29,9
Industrie des biens d'équipement	1 080	176,8	43,1
Industrie des biens intermédiaires	1 476	346,1	95,9
Industrie automobile et énergie	142	81,5	15,9
Ensemble du secteur de l'industrie	4 511	884,0	235,7
Préparation des sites	389	55,2	17,4
Construction d'ouvrages de bâtiment ou de génie civil	2 674	511,0	108,6
Travaux d'installation	760	122,0	35,7
Travaux de finition et location avec opérateur de matériel de construction	503	73,6	23,9
Ensemble du secteur de la construction	4 326	761,8	185,6
Transports terrestres	476	44,9	15,0
Transports par eau et aérien	794	258,7	61,2
Services auxiliaires des transports	889	135,6	38,4
Ensemble du secteur du transport	2 159	439,2	114,6

Source : Tableaux économiques régionaux Guadeloupe, extraits

Annexe 2 : Structure de la valeur ajoutée brute détaillée en Martinique en 2004

Structure de la valeur ajoutée brute détaillée en Martinique

	1993	2004	Evolution (point)
Valeur ajoutée toutes branches (milliers d'euros)	3 816 910	6 198 454	
Valeur ajoutée hors branche unité fictive (milliers d'euros)	3 988 003	6 461 479	
Secteur primaire	3,8%	2,7%	-1,1
Banane	1,4%	1,4%	0,0
Canne à sucre	0,2%	0,1%	-0,1
Autre agriculture	1,6%	0,8%	-0,8
Sylviculture	0,0%	0,0%	0,0
Pêche et chasse	0,6%	0,3%	-0,3
Industrie agro-alimentaire	1,7%	2,0%	0,2
Sucre, rhum et autres alcools	0,4%	0,4%	0,0
Viandes et lait	0,4%	0,3%	0,0
Autres IAA	1,0%	1,2%	0,2
Industrie	6,3%	6,0%	-0,2
Biens de consommation	1,3%	1,1%	-0,2
Biens d'équipement	0,6%	1,2%	0,6
Produits minéraux	0,7%	0,5%	-0,1
Autres industries de biens intermédiaires	0,8%	1,0%	0,1
Combustibles et carburants	1,7%	1,2%	-0,5
Energie (eau et électricité)	1,2%	1,1%	-0,1
Construction	8,4%	6,2%	-2,2
Tertiaire marchand	50,7%	50,5%	-0,2
Commerce et réparation de l'automobile	2,4%	2,6%	0,2
Autres commerces	14,2%	10,9%	-3,3
Transports	3,6%	3,4%	-0,2
Activités financières	4,3%	4,1%	-0,3
Activités immobilières	13,2%	12,3%	-0,9
Postes et télécommunication	2,6%	2,4%	-0,2
Autres services aux entreprises	5,2%	9,2%	4,0
Hôtels et restaurants	3,4%	3,2%	-0,2
Autres services aux particuliers	1,7%	2,4%	0,7
Services non marchands	29,1%	32,6%	3,5
Education, santé, action sociale	20,3%	21,7%	1,4
Administrations	8,8%	10,9%	2,1
Total	100,0%	100,0%	

Source : Insee – Comptes économiques

Structure par branche de la valeur ajoutée brute en 2004



Source : Insee – Comptes économiques

Source : TEC, d'après les comptes économiques de l'Insee