

Univerzita Palackého v Olomouci

Filosofická fakulta



**LA POLITIQUE DU TOURISME
DANS LES DÉPARTEMENTS D'OUTRE-MER**

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

Mgr. Šárka Koníčková

Autor:

Iva Horáková

Olomouc 2012

Název

Politika cestovního ruchu v zámořských departementech Francie

Title

The Tourism Policy in the French Overseas Departments

Anotace

Tato bakalářská práce se týká politiky cestovního ruchu v zámořských departementech Francie. Nejprve pojednává o cestovním ruchu a politice cestovního ruchu obecně. Poté se soustřeďuje na popis jednotlivých departementů a jejich vztahu k Francii. Následně je podrobněji rozvedena politika cestovního ruchu v karibských departementech a závěrem je formulace vlastního doporučení podepřená výzkumem.

Anotation

This work relates to tourism policy in the overseas departments of France. First of all, it deals on tourism and tourism policy in general. Then it focuses on the description of each department and their relationship to France. Furthermore, the tourism policy of the Caribbean departments is described in detail. Finally, author's own recommendation supported by research is provided.

Klíčová slova

Cestovní ruch, politika cestovního ruchu, Francie, departement, Guadeloupe, Guyane, Martinique, Mayotte, Réunion

Keywords

Tourism, tourism policy, French, department, Guadeloupe, French Guyana, Martinique, Mayotte, Réunion

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci na téma La politique du tourisme dans les départements d'Outre-mer vypracovala samostatně pod vedením Mgr. Šárky Koníčkové a že jsem uvedla všechny použité zdroje.

Déclaration

Je déclare que j'ai écrit ce mémoire sur le sujet La politique du tourisme dans les départements d'Outre-mer toute seule sous la direction de Mgr. Šárka Koníčková en citant toutes les sources utilisées.

V Olomouci dne 7.5.2012

Podpis:

Poděkování:

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce, Mgr. Šárce Koníčkové, za odborné vedení a za podnětné rady.

Remerciement:

Je voudrais remercier à ma directrice de mémoire, Mgr. Šárka Koníčková, pour sa direction professionnelle et pour ses conseils inspirants.

LA TABLE DES MATIÈRES

1 LE TOURISME ET LA POLITIQUE DU TOURISME.....9

1.1 La terminologie du tourisme..... 9

1.2 La typologie du tourisme..... 10

1.2.1 Les formes de tourisme..... 10

1.2.2 La segmentation du tourisme..... 10

1.2.2.1 L'espace de réalisation..... 10

1.2.2.2 Le rapport à la balance des paiements de l'état 11

1.2.2.3 La durée de séjour..... 11

1.3 Les facteurs de développement et déploiement du tourisme 11

1.4 La politique du tourisme 12

1.4.1 La typologie de la politique du tourisme 13

1.4.2 Les porteurs de la politique du tourisme..... 14

1.4.3 Les instruments de la politique du tourisme 14

1.4.4 Les buts de la politique du tourisme 15

1.5 La conclusion du chapitre 15

2 LA FRANCE ET DÉPARTEMENTS D'OUTRE-MER... 16

2.1 Caractéristique générale de la France 16

2.2 Le tourisme en France 16

2.3 Le découpage territorial 17

2.4 Les départements d'Outre-mer 19

2.4.1 La Guadeloupe..... 19

2.4.1.1 Les informations générales 19

2.4.1.2 L'économie et le tourisme 20

2.4.1.3 L'offre touristique en Guadeloupe..... 21

2.4.2 La Guyane..... 22

2.4.2.1 Les informations générales 22

2.4.2.2 L'économie et le tourisme 22

2.4.2.3 L'offre touristique en Guyane..... 23

2.4.3 La Martinique 24

2.4.3.1 Les informations générales 24

2.4.3.2 L'économie et le tourisme 24

2.4.3.3 L'offre touristique en Martinique 25

2.4.4 La Mayotte..... 26

2.4.4.1 Les informations générales 26

2.4.4.2 L'économie et le tourisme 26

2.4.4.3 L'offre touristique en Mayotte..... 27

2.4.5	La Réunion.....	28
2.4.5.1	Les informations générales	28
2.4.5.2	L'économie et le tourisme	29
2.4.5.3	L'offre touristique en Réunion	29
2.5	Comparaison de l'offre touristique dans les DOM.....	30
3	LA POLITIQUE DU TOURISME DES DÉPARTEMENTS D'OUTRE-MER	32
3.1	Les porteurs de la politique du tourisme au niveau national et international..	32
3.2	Les porteurs de la politique du tourisme au niveau régional et local	34
3.3	La politique du tourisme aux DOM Antillais.....	35
3.3.1	Le tourisme	35
3.3.2	Les porteurs de la politique du tourisme.....	36
3.3.3	La stratégie du développement touristique	37
3.3.3.1	Le Schéma régional de développement économique (SRDE) de Guadeloupe	37
3.3.3.2	Le Schéma Martiniquais de Développement Économique (le SMDE) ..	40
3.3.3.3	Le Rapport d'information de sénat n° 547.....	42
3.3.4	La recherche.....	44
3.3.4.1	La recherche à l'école	44
3.3.4.2	La recherche parmi les offices de voyage.....	47
3.3.4.3	Recommandation basée sur la recherche	49
	CONCLUSION	50
	RÉSUMÉ	52
	TABLES DES FIGURES, TABLEAUX, GRAPHIQUES ET ANNEXES	53
	BIBLIOGRAPHIE	54

INTRODUCTION

Le tourisme est aujourd'hui un secteur économique très important et très populaire partout dans le monde. Dans un bon nombre de pays, le tourisme forme une partie significative du PIB national, il crée un grand nombre d'emplois, qui sont directement ou indirectement liés au secteur touristique, il augmente le niveau de vie dans les régions touristiques.

Dans chaque pays et chaque région, il y a des approches du tourisme différentes, et ces ensembles du fait des acteurs du secteur touristique nous donnent des politiques du tourisme aussi différentes.

La France est le pays le plus visité au monde, elle attire un grand nombre des touristes chaque année. Son patrimoine naturel et historique est vraiment magnifique, mais la France ne pourrait pas avoir un tel succès sans une bonne politique du tourisme. La France sait déjà que la politique du tourisme influence, et en même temps est influencée, par d'autres secteurs économiques, par des politiques sociales et par des habitants, et sur ce fait elle a créé un système des lois et des approches du tourisme qui lui permettent d'être le pays le plus visité.

Les Départements d'Outre-mer, qui font partie de la France, sont loin de la France métropolitaine et ont des mesures spécifiques sur le traitement de l'économie. Comme d'anciennes colonies françaises, et des pays peuplés par des habitants autochtones, ils doit y exister des approches différentes que celle de France métropolitaine. C'est ce que je veux étudier et présenter dans ce mémoire.

Cette mémoire porte sur la politique du tourisme dans les départements d'outre-mer.

L'objectif est d'analyser la situation et l'offre touristique dans les départements d'outre-mer français en se concentrant sur la politique et la stratégie dans les départements antillais. Je vais utiliser la littérature concernant les notions théoriques sur le tourisme et sur la politique du tourisme. Pour l'analyse de la situation dans le secteur du tourisme, je vais faire une recherche des documents stratégiques de chaque département et pour pouvoir définir des recommandations, je vais aussi travailler avec un questionnaire et une recherche des agences de voyage.

La mémoire est divisé sur trois grands chapitres et plusieurs sous-chapitres.

Le premier chapitre est consacré à la théorie du tourisme. Je vais premièrement définir les termes clés du le tourisme, ensuite, présenter les formes et la segmentation du tourisme et identifier les facteurs les plus importants pour le développement et le déploiement du tourisme. La dernière partie de ce chapitre va décrire les différents types de la politique du tourisme avec ses buts, ses porteurs et ses instruments.

Le deuxième chapitre va nous donner des informations générales sur la France et sur chaque département d'outre-mer, en décrivant de plus près leur économie et tourisme. Il faut souligner que cette mémoire n'a pour le but de décrire détaillément le tourisme dans les départements d'outre-mer, voilà pourquoi ce chapitre décrit seulement les fait du tourisme les plus importants.

Le troisième et dernier chapitre va tout d'abord décrire les porteurs du tourisme, qui influencent ou financent la politique du tourisme dans les DOM. Après je décrirais la politique du tourisme dans les DOM antillais (la Martinique et la Guadeloupe), et leur stratégie, ainsi que des recommandations pour y améliorer le secteur touristique.

1 LE TOURISME ET LA POLITIQUE DU TOURISME

Ce premier chapitre est consacré à des connaissances théoriques sur le thème du tourisme et de la politique touristique. Il est fondé sur des théories et informations déjà publiées et généralement connues. Mon but est de donner un ensemble de connaissances complet sur ce sujet aux experts aussi bien qu'aux profanes.

1.1 La terminologie du tourisme

Il existe un grand nombre des définitions différentes décrivant le tourisme et sa terminologie, je vais m'appuyer sur les définitions données par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)¹.

Alors le **tourisme** peut être défini comme *les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs*² où les activités sont comprises au sens général d'occupations individuelles.

D'après l'OMT tous les voyageurs intéressés par le tourisme sont appelés les **visiteurs**, et ceux-ci sont divisés en deux groupes:

- 1) les excursionnistes
- 2) les touristes.

Les *excursionnistes* sont les visiteurs qui voyagent à moins de 100km de leur domicile et qui ne passent pas de nuit hors de leur environnement habituel; les *touristes* sont ceux qui passent au moins une nuit hors de leur environnement habituel.

Pour mieux comprendre le terme l'*environnement habituel* je vais mentionner deux exemples:

1 United Nations World Tourism Organization

2 Mémento du tourisme: Édition 2010. In: *Mémento du tourisme 2010 sur tourisme.gouv.fr* [online].

04/07/2011 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur:

http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2010/memento2010.pdf

les voyages quotidiens entre le domicile et le travail (école) ne dépassent pas l'environnement habituel, mais au contraire les voyages d'affaires font partie du tourisme.

1.2 La typologie du tourisme

La typologie du tourisme traite des différentes formes et des façons de segmenter le tourisme.

1.2.1 Les formes de tourisme

Les formes se concentrent sur la satisfaction des besoins divers du participant. Elles peuvent être divisées en formes fondamentales (qui correspondent aux besoins primaires dans le tourisme) et en formes spécifiques (qui satisfont les besoins divers des gens).

Le tourisme de base est:

- 1) Le tourisme de loisirs
- 2) Le tourisme culturel et cognitif
- 3) Le tourisme sportif et touristique
- 4) Le tourisme thermal et thérapeutique

Les formes de tourisme spécifiques sont nombreuses de nos jours, elles dérivent d'activités spécifiques. Je vais seulement en mentionner quelques unes pour bien comprendre le sujet : le tourisme des jeunes ou des seniors, le tourisme congressionnel, le tourisme religieux, etc. Donc si nous voulons par exemple aller faire des courses à Paris, ce serait du tourisme de shopping.

1.2.2 La segmentation du tourisme

Le tourisme est un domaine très large, il est possible de le segmenter d'après beaucoup de critères. Cette segmentation nous permet d'étudier les données et bien définir dans quel domaine du tourisme s'orienter. Voici les critères les plus importants:

1.2.2.1 L'espace de réalisation

Nous distinguons ici le tourisme *national* et *international*. Le tourisme international décrit les voyages dans un autre pays que le pays de résidence de l'individu; le tourisme

national décrit les voyages ne dépassant pas les frontières du pays de résidence de l'individu.

1.2.2.2 Le rapport à la balance des paiements de l'état

Ce critère décrit l'influence du tourisme sur la balance des paiements d'un pays, qui est basé sur l'afflux des devises.

Selon ce critère, nous parlons donc du tourisme:

- 1) d'arrivé (ça comporte tous les touristes étrangers arrivants dans un pays), ce tourisme est aussi appelé actif;
- 2) de départ (ce sont tous les touristes quittant leur pays de résidence pour visiter un autre), aussi appelé le tourisme passif;
- 3) transitif (ce qui concerne tous les touristes étrangers qui traversent un pays pendant leur voyage à leur destination). Ça fait partie du tourisme actif.

1.2.2.3 La durée de séjour

D'après ce critère nous distinguons le tourisme à court terme (c'est un séjour qui ne dépasse pas 3 jours et 2 nuits) et à long terme (c'est un séjour plus longue que 2 nuits et plus court qu'un an).

Les autres critères de segmentation du tourisme sont par exemple: le mode de paiement, le nombre des participants, la saison de l'année, l'influence sur l'environnement, la destination, le mode de transport et de type d'hébergement etc.

1.3 Les facteurs de développement et déploiement du tourisme

Il faut se rendre compte qu'il n'y a pas de conditions égales dans chaque pays pour développer le tourisme. Le pays doit bien sûr être attractif pour attirer les touristes. Il existe plusieurs méthodes de division des facteurs de déploiement du tourisme, car ces facteurs peuvent être regardés de plusieurs points de vue. Entre toutes ces méthodes, je

trouve la division des facteurs de Mariot la plus complète.³ D'après sa méthode, il y a trois groupes principaux de conditions de développement touristique:

- 1) les conditions de localisation,
- 2) les conditions sélectives,
- 3) et les conditions de mise en oeuvre.

Les conditions de localisation sont données par la localisation du pays et aussi par son histoire. Nous pouvons les diviser en conditions naturelles (le climat, les eaux, la faune et la flore, etc.) et en conditions sociales (comme par exemple les monuments historiques ou les événements culturels). Nous parlons ici du patrimoine naturel et culturel et le pays peut les influencer seulement jusqu'à un certain point.

En ce qui concerne les conditions sélectives, ce sont les conditions politiques du pays (la situation politique et économique actuelle), les conditions démographiques, écologiques, administratives, sociales, techniques etc., et puis ce sont les conditions très subjectives. Les touristes sont influencés par la publicité et la propagation d'une destination touristique, et ils peuvent être influencés aussi par des motifs personnels. Ces conditions sont facilement créées et développées par le pays pour attirer les touristes.

Les conditions de mise en oeuvre sont aussi importantes pour le choix d'un touriste. Ce sont les possibilités de transport, de l'hébergement et de restauration, et il faut les adapter au nombre des touristes arrivant dans le pays.

Pour un bon développement du tourisme il est donc nécessaire d'accomplir ces trois conditions: la liberté de mouvement et la sécurité dans la destination, un fond du temps libre suffisant et les revenus disponibles des habitants.

1.4 La politique du tourisme

La politique du tourisme est regardée de divers points de vue, elle est différente dans chaque pays. Le tourisme a besoin de coordination et gestion et c'est le sujet qui occupe la politique du tourisme. Il faut bien respecter les liens entre le tourisme et les autres

³ La méthode fonctionnellement chronologique de Mariot

secteurs. En mettant en oeuvre la politique du tourisme il faut travailler non seulement pour des buts économiques mais aussi pour des buts sociaux et environnementaux.

La politique du tourisme doit aussi être capable de réagir aux changements de son environnement, car elle est bien sûr influencée par des facteurs économiques, sociaux, politiques, écologiques etc.

D'après le dictionnaire du tourisme, la politique du tourisme est définie comme *l'activité systématique suivant les buts énoncés et consistant en planification complexe, régulation et création d'une réalité du tourisme en utilisant des instruments et porteurs divers.*⁴

1.4.1 La typologie de la politique du tourisme

Selon le dictionnaire du tourisme, il existe plusieurs types de la politique du tourisme. Ils sont donnés par le rapport en poids des porteurs de l'état à des autres porteurs de la politique du tourisme.

- 1) La politique libérale est telle que l'état crée seulement les conditions législatives, économiques et sociales et après n'intervient pas dans le développement du tourisme.
- 2) La politique conceptuellement dogmatique fonctionne comme un moyen d'accélération du développement économique. Dans cette politique, l'état joue un rôle principal dans la décision et la réalisation de la politique du tourisme.
- 3) Dans la politique pragmatique, l'accent est posé sur le secteur privé et le niveau communal. Le développement du tourisme repose sur le fonctionnement du marché, sans interventions gouvernementales. C'est une politique flexible, qui peut réagir vite et qui permet, quand nécessaire, une intervention effective .
- 4) Dans la politique intégrée, le tourisme est l'affaire de l'état. Le tourisme fait partie de la politique économique de l'état.⁵

⁴ PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. p. 218

⁵ PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. p. 218

La politique du tourisme peut aussi être divisée selon d'autres critères, comme par exemple le taux de la régulation, le rôle social du tourisme, l'appartenance départementale etc.

1.4.2 Les porteurs de la politique du tourisme

Les porteurs de la politique du tourisme sont les sujets qui la mettent en oeuvre en utilisant tous les instruments nécessaires et qui s'occupent de la réalisation des but donnés par la politique choisie.

Les porteurs de la politique du tourisme peuvent donc être:

- 1) les institutions publiques
- 2) les institutions privées
- 3) les groupes d'intérêt et les autres associations

Les porteurs de la politique du tourisme peuvent être divisés selon le niveau territorial.

Ce sont donc les porteurs de la politique du tourisme:

- 1) internationale (les organisations internationales comme par exemple l'OMT)
- 2) nationale (par exemple les ministères, les chambres de commerce)
- 3) régionale (les régions et les associations régionales)
- 4) et locale (les départements).

Les porteurs de la politique du tourisme peuvent aussi être divisés selon la forme d'organisation ou selon l'appartenance syndicale.

1.4.3 Les instruments de la politique du tourisme

Les instruments de la politique du tourisme sont les moyens pour atteindre les buts donnés.

Il existe deux types d'instrument influençant le tourisme. Premièrement ce sont les instruments qui influencent directement les grandeurs touristiques, et deuxièmement ce sont les instruments indirects qui sont étroitement liés aux autres secteurs économiques.

Il y a plusieurs groupes d'instruments:

- 1) les instruments économiques, qui sont les instruments les plus utilisés et aussi les mieux mesurables. Il s'agit des dotations diverses, des subventions ou des avantages fiscaux.

- 2) Les instruments législatifs sont toutes les lois, règlements et décrets, ils nous présentent la base pour la politique du tourisme.
- 3) Les instruments informatiques
- 4) Les instruments techniques
- 5) Les instruments institutionnels et administratifs, qui s'occupent de la gestion et de l'organisation. Ils sont les plus effectifs, car ils ont une très grande influence sur la réalisation de la politique du tourisme dans le pays.
- 6) La recherche et le développement
- 7) Les instruments de planification stratégique, qui nous donnent les plans stratégiques et les nouveaux programmes et qui nous précisent les buts sur lesquels la politique devrait s'orienter. Ils peuvent aussi être un moyen d'acquisition de sources pour la réalisation de ces but.

1.4.4 Les buts de la politique du tourisme

Il est nécessaire de définir les buts car cela nous donne de nouvelles stratégies et formes de la politique du tourisme.

Les buts de la politique du tourisme peuvent être segmentés d'après un grand nombre des critères, je vais présenter ici les types de segmentation les plus utilisés:

- 1) la domaine sur laquelle la politique est appliquée, ce sont les buts économiques, sociaux et écologiques,
- 2) l'espace dans lequel la politique est appliquée, ça peut être les buts régionaux, nationaux, internationaux,
- 3) le temps sur lequel la politique est orientée, ce sont les buts à court terme, à long terme ou à moyen terme.

1.5 La conclusion du chapitre

Le tourisme est un des domaines d'économie les plus importants pas seulement pour les économies nationales mais aussi pour le marché mondial. Le tourisme a une grande influence sur le PIB, le chômage, la balance des paiements et le budget des états.

D'après l'OMT, le tourisme est le plus grand employeur dans le monde.

Le tourisme influence d'une façon positive un grand nombre d'autres secteurs, car le développement du tourisme apporte une amélioration de transport, des services (bancaires, de commerce, d'information etc.), du niveau de vie.

2 LA FRANCE ET DÉPARTEMENTS D'OUTRE-MER

Comme l'entrée en matière, ce chapitre nous donne des informations générales sur la France et le tourisme français. Puis il s'oriente sur les départements d'Outre-mer. Il décrit leur relation envers la France, et ensuite il nous présente chaque département en mettant l'accent sur la situation économique et le secteur du tourisme.

2.1 Caractéristique générale de la France

La République française, en forme courte la France, est un pays de l'Europe de l'Ouest, avec la superficie totale de 675 417 km carrés et avec la population comptant au janvier 2012 65 350 000 habitants.

La capitale de la France est Paris. La métropole parisienne avec ses 12 089 098 habitants est la ville la plus peuplée de la France. La langue officielle est français.

La forme de l'État en France est la république parlementaire à tendance présidentielle. En tête de la république est le président, élu pour cinq ans et pour deux mandats au maximum. Le Parlement de la France est divisé en deux chambres: le Sénat et l'Assemblée Nationale.

La V^e république a été constituée le 4 octobre 1958 par général Charles de Gaulle. Le motto de la V^e république est *,liberté, égalité, fraternité'*.

La France a été un des fondateurs de la Communauté européenne du charbon et de l'acier, créée en 1952, qui a plusieurs fois changé et s'est élargie avant de se transformer en l'Union européenne en 1992.

Maintenant, la France est aussi membre de l'OTAN, de l'OCDE et de l'Office International de la Francophonie.

2.2 Le tourisme en France

La France est la destination numéro un dans le tourisme international. Comme nous pouvons voir sur le Tableau 2.1, la France a accueilli 76,8 millions de touristes internationaux en 2009.

Tableau 2.1: International tourist arrivals

International Tourist Arrivals						
Rank	Series	million		Change (%)		
		2009	2010*	09/08	10*/09	
1	France	TF	76.8	76.8	-3.0	0.0
2	United States	TF	55.0	59.7	-5.1	8.7
3	China	TF	50.9	55.7	-4.1	9.4
4	Spain	TF	52.2	52.7	-8.8	1.0
5	Italy	TF	43.2	43.6	1.2	0.9
6	United Kingdom	TF	28.2	28.1	-6.4	-0.2
7	Turkey	TF	25.5	27.0	2.0	5.9
8	Germany	TCE	24.2	26.9	-2.7	10.9
9	Malaysia	TF	23.6	24.6	7.2	3.9
10	Mexico	TF	21.5	22.4	-5.2	4.4

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©
(\$) = percentage derived from series in US\$ instead of local currency

Source: <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr.pdf>

D'après la Conseil des ministres d'août 2011, *« Les dépenses réalisées par les touristes représentent plus de 6 % du produit intérieur brut et génèrent plus de deux millions d'emplois directs et indirects sur l'ensemble du territoire. »*⁶ Nous pouvons voir ici, que le tourisme est vraiment important pour la France.

Le tourisme en France est souvent divisé à quelques groupes du tourisme les plus importants. Ce sont:

- 1) le tourisme culturel (il est basé sur le patrimoine culturel de la France, les monuments historiques etc.),
- 2) le tourisme bleu (ça veut dire le tourisme balnéaire),
- 3) le tourisme vert (c'est la France rurale),
- 4) le tourisme montagnard (les sports d'hiver et d'été, la culture des village dans les vallées montagnards, etc.).

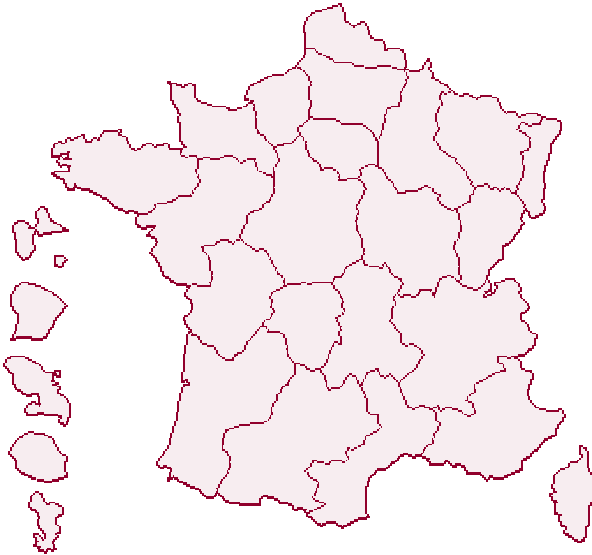
2.3 Le découpage territorial

Premièrement, la France est divisé en France métropolitaine et France d'outre-mer. En plus, elle est divisé en régions et en départements.

⁶ Politique du tourisme. *Veille info tourisme* [online]. 01 août 2011[cit. 2012-04-09]. Disponible sur: http://www.veilleinfotourisme.fr/62530453/0/fiche___pagelibre/&RH=1327483472721&RF=1327483472721

La France métropolitaine comprend 22 régions (y compris la Corse) et 96 départements. La France d'outre-mer est divisé en 5 régions et en même temps départements d'outre-mer (les DOM) et 6 collectivités d'outre-mer (les COM). Voir la Figure 2.1.

Figure 2.1: Administration de la France



Source: <http://www.insee.fr/fr/regions/>

Dans le dictionnaire de l'Institut national de la statistique et des études économiques, les DOM sont définis comme `des collectivités territoriales intégrées à la République française au même titre que les départements ou régions de la France métropolitaine. Chacun de ces départements constitue une région mono-départementale, dite « région d'outre-mer » depuis la révision constitutionnelle de 2003. Les cinq Dom sont : la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane, La Réunion et Mayotte (depuis avril 2011).` ⁷

Alors les COM sont définis comme `Depuis la révision constitutionnelle du 28 mars 2003, les collectivités d'outre-mer désignent le statut juridique de certains territoires de la République française, statut régi par l'article 74 de la Constitution. L'administration des fonctions régaliennes (défense, police, justice, trésor) est assurée par l'État

⁷ Département d'outre-mer / DOM. In: *Insee: Définitions et méthodes* [online]. 14/02/2012 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/departement-outre-mer.htm>

français.⁸ Les COM comprennent Saint-Pierre-et-Miquelon, Wallis et Futuna, La Polynésie française, Saint-Barthélemy, Saint-Martin et les Terres australes et antarctiques françaises. Avec un statut un peu différent nous y classons la Nouvelle-Calédonie.

2.4 Les départements d’Outre-mer

Comme les départements français, les DOM sont aussi un territoire lointain de l’Union Européenne. Grâce à la distance entre les DOM et l’Europe, ils ont obtenus quelques adaptations spécifiques dans le droit communautaire.

D’après la loi de départementalisation de 2 mars 1982, les DOM sont aussi devenus les régions avec le même statut que les régions et départements de la métropole. Dès lors ils sont parfois appelés les DOM-ROM ou les DROM (département et région d’Outre-mer). Je vais néanmoins utiliser le sigle DOM.

Tous les données et les chiffres clés sur l’économie et le tourisme dans les DOM sont prises des rapports et documentations de l’INSEE et de CEROM.

2.4.1 La Guadeloupe

2.4.1.1 Les informations générales

La Guadeloupe est située en Amérique du Sud, au Caraïbe, elle est partie de Petites Antilles. Ayant une superficie totale de 1 702 km², elle est liée sur cinq groupes des îles (La Guadeloupe continentale, La Rivière Salée, l’archipel des Saintes, Marie-Galante, La Désirade).

Une ancienne colonie française, la Guadeloupe est devenue le DOM d’après la loi de 19 mars 1946. Elle est divisée en deux arrondissements, Basse-Terre et Pointe-à-Pitre. La préfecture du département est Basse-Terre.

La langue officielle est bien sûr le français, mais en outre la langue des habitants originaux est créole.

⁸ Collectivité d’outre-mer / COM. In: *Insee: Définitions et méthodes* [online]. 14/02/2012 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/collectivite-outre-mer.htm>

La population de la Guadeloupe a compté 404 394 d'habitants au 1er Janvier 2010.

2.4.1.2 L'économie et le tourisme

Le PIB de 2010 est le 8 597 million d'euros. D'après l'INSEE, la Guadeloupe commerce le plus avec la France métropolitaine, l'Union européenne, les États-unis et le Martinique.

L'agriculture de Guadeloupe est aujourd'hui en déclin, cependant il reste un secteur fondamental. Une grande tradition dans l'agriculture est la production de la canne à sucre et des bananes. Cette production est très important pour l'agriculture de Guadeloupe: les bananes sont aujourd'hui le numéro un dans les exportations de Guadeloupe.

Aussi importants sont la production des melons, l'élevage et l'horticulture, comme le résultat de la diversification agricole.

Comme une activité prometteuse est considérée la pêche, une activité traditionnelle en Guadeloupe.

Le tourisme est aujourd'hui une domaine économique très important de la Guadeloupe. Le tourisme est une domaine dynamique qui se développe vite. Comme l'INSEE l'a publié⁹, après un petit déclin de 2008 et 2009 (pendant la crise économique), le nombre des touristes venant à Guadeloupe a à nouveau augmenté. Pendant les années 2010 et 2011, l'aéroport de Guadeloupe a accueilli 46 000 touristes de plus en comparaison avec l'année 2009.

La part directe et indirecte du tourisme dans le PIB de la Guadeloupe est 12% et en même temps, le tourisme crée plus au moins 14 000 emplois, ce qui est vraiment remarquable.

⁹ Premiers résultats. In: *Insee: Services-Tourisme-Transports* [online]. 2011 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur:

http://www.insee.fr/fr/insee_regions/guadeloupe/themes/premiers_resultats/eft2010/Pr_eft2010_ga.pdf

2.4.1.3 L'offre touristique en Guadeloupe

Grâce à un patrimoine naturel très varié, et aussi à son histoire très ancienne, la Guadeloupe peut offrir plusieurs avantages aux touristes – des plages et des sentiers littoraux, des forêts tropicales, des chutes et bassins, des montagnes volcaniques ainsi que des monuments historiques de différentes époques. La faune et flore tropicales sont aussi remarquables.

Un grand nombre des plages en Guadeloupe permet de se reposer sous le soleil tropical et de se baigner dans la mer Caraïbe ou dans l'océan Atlantique. Presque toute l'année les températures ne tombent pas sous 20°C.

Les randonnées dans le Parc National de Guadeloupe, qui fait partie du patrimoine naturel mondial de l'UNESCO, permettent de faire une balade agréable et de découvrir toutes les merveilles tropicales. Ce qui vraiment vaut la peine d'être visité, ce sont les chutes du Carbet ou le volcan de la Soufrière.

L'offre des sports en Guadeloupe est très varié, pas uniquement les hôtels, mais aussi des nombreux clubs offrent des activités et des équipements sportifs. Nous pouvons pratiquer presque tous les sports dont nous nous souvenons, notamment les sports nautiques: le canyoning, le kit-surfing, le kayak, le ski-nautique, la plongée sous-marine, le surf, etc.

La Guadeloupe possède plusieurs marques du peuplement originel, comme par exemple les roches gravées (Trois Rivières) ou les murailles hérissées (Fort Delgrès, Fort Fleur), la maison Zévallos (l'habitation traditionnelle à Pointe-à-Pitre), plusieurs églises catholiques et quelques temples hindous, et nombreuses autres.

L'événement le plus célèbre est le Carnaval de Guadeloupe, qui est une fête de costumes colorés, de la musique créole et de défilés. Les préparations pour le Carnaval commencent juste après l'Épiphanie, le Carnaval lui-même dure plusieurs semaines et finit par le brûlement de Vaval (le roi du carnaval) le mercredi des Cendres.

Un événement aussi très connu est la Route du Rhum, une course transatlantique de tous les types de bateaux, qui se déroule tous les 4 ans entre Saint-Malo (France) et Pointe-à-Pitre en Guadeloupe.

2.4.2 La Guyane

2.4.2.1 Les informations générales

La Guyane est un DOM français situé sur la côte nord-est de l’Amérique du Sud. Ses états voisins sont le Surinam et le Brésil. Avec une superficie de 83 846km², la Guyane est la plus grande région française. Tout comme les DOM antillais, la Guyane est devenu le département d’Outre-mer français en 1946 et la région d’Outre-mer en 1982.

Les institutions locales de l’État sont le Conseil régional et le Conseil général, qui ont siège à Cayenne.

D’après les statistiques de l’INSEE, la population de Guyane comptait 232 000 habitants au 1er janvier 2010. La population guyanaise est un mix des habitants autochtones (le Indiens) et des européens (parmi eux les français, anglais, espagnols, portugais). Donc outre de la langue officielle, qui est le français, les guyanais utilisent plusieurs langues régionales, comme par exemple le créole guyanais ou des langues amériidiennes.

2.4.2.2 L’économie et le tourisme

Le PIB de la Guyane de 2010 était 3,3 milliard d’euro, ce qui nous montre une légère progression de son économie, contre l’année 2009.

Dans l’économie guyanaise, les trois plus importants secteurs, ce qui concerne les exportations, sont l’exportation de l’or, les produits agroalimentaires et la pêche.

L’exploitation aurifère est permise sur 2 200km² du territoire guyanais, les entreprises et organisations minières produisent autour 2,5 tonnes d’or par an.

En ce qui concerne la pêche, presque la moitié de la production est représentée par les crevettes. Par conséquent, la Guyane veut moderniser et labelliser la pêche crevettière, et veut s’orienter vers l’exportation de produits crevettiers de haut gamme.

En parlant de l’économie guyanaise nous ne pouvons pas du tout oublier les activités spatiales à Kourou, le tourisme, la production de bois, et le secteur bâtiment et travaux public.

Le tourisme en Guyane est aussi un secteur important, mais pas autant que dans les DOM antillais. En 2009 la Guyane a accueilli 83 000 de touristes.

Presque un touriste sur deux visite la Guyane pour des raisons professionnelles. Le tourisme d'affaires est autant développé grâce à la base spatiale de Kourou, qui est visitée par un grand nombre des travailleurs des pays partenaires de ses programmes spatiaux.

Mais le secteur touristique attire des touristes aussi par son patrimoine naturel exceptionnel: grâce au grand espace forestier, la Guyane s'oriente vers le développement de l'écotourisme.

2.4.2.3 L'offre touristique en Guyane

L'offre touristique en Guyane est basée sur l'écotourisme, sur le tourisme spatial et sur le tourisme traditionnel.

Comme 96% du territoire guyanais est couvert par la forêt amazonienne, ce qui premièrement attire les touristes, c'est le voyage dans les profondeurs de la forêt. Les touristes peuvent découvrir la beauté et les secrets de la forêt à pied, ou ils peuvent suivre la fleuve de Maroni ou d'Oyapock en bateau, ce qui leur permet de pénétrer plus loin dans la forêt amazonienne.

Outre la forêt amazonienne, les amateurs de la nature peuvent visiter plusieurs autres sites naturels comme par exemple le Sinnamarz avec ses ibis rouges, le Parc animalier de Maroni, la crique Gabriel avec la flore magnifique attirant des papillons bleu, le marais de Kaw qui est le paradis des oiseaux. Et en saison, il est possible de regarder les plus grandes tortues marines dans le monde à Awala Yalimapo.

Grâce à une position très proche de l'équateur et aux conditions climatiques et naturelles stables, la Guyane est devenu le centre des activités spatiales de l'UE.

Aujourd'hui, le Centre Spatial Guyanais offre aux touristes une visite guidée de la base, où ils peuvent s'approcher des équipement des travailleurs de la base ou assister au lancement de la fusée de la VIP tribune d'observation.

Pour ceux avides d'en apprendre plus, il y a le Musée de l'Espace qui présente les activités spatiales de plus près.

Pour ceux qui sont intéressés par la culture et par l'histoire guyanais, il est presque obligatoire de visiter les Îles du Salut, le village créole Saint-Laurent de Macouria et bien sûr la Cayenne. Les touristes peuvent y admirer l'architecture créole et découvrir l'histoire du baignage guyanaise.

Et si les touristes viennent en Guyane au début de l'année, ils peuvent participer à un Carnaval guyanais, qui est le plus long au monde.

2.4.3 La Martinique

2.4.3.1 Les informations générales

La Martinique est un des départements d'outre-mer français, situé en Amérique du Sud. Avec le DOM de la Guadeloupe cette île fait partie des Petites Antilles au Caraïbe. Sa superficie est 1 100 km².

Depuis 1635 la Martinique était une colonie française et comme plusieurs autres est devenue le DOM français 19 mars 1946. En 1982 la Martinique est devenue la région française par la loi de décentralisation. La Préfecture de Martinique a son siège à Fort-de-France qui est la plus grande agglomération de la région.

La langue officielle en Martinique est bien sûr le français.

Selon l'INSEE, la population de la Martinique comptait 402 000 d'habitants au 1er janvier 2010. La population de Martinique est vraiment multiculturelle, mais la religion catholique reste la plus importante.

2.4.3.2 L'économie et le tourisme

L'économie de la Martinique a connu une crise profonde pendant les années 2008 et 2009 qui a touché tous les secteurs économiques. En 2010 l'économie martiniquaise est lentement sortie de la crise, mais elle reste très fragile jusqu'aujourd'hui.

D'après les observations de l'Institut d'émission des départements d'outre-mer (IEDOM)¹⁰, le PIB de la région de la Martinique était 8,1 milliard d'euro en 2010, ce qui était un progrès important de 4,5% en comparaison avec le PIB de 2009.

¹⁰ L'économie de la Martinique en 2011. In: *Note expresse N°147 - mars 2012* [online]. 10 mars 2012 [cit. 2012-04-07]. Disponible sur: http://www.iedom.fr/IMG/pdf/ne147_portrait_synthese_2011_martinique.pdf

L'agriculture martiniquaise est caractérisée par la production des bananes et du rhum, qui apporte plus que la moitié des recettes d'exportation agricole. Les autres produits agricoles sont par exemple la canne à sucre et les melons.

Même si le secteur agricole en Martinique a des conditions très favorables, la production agricole ne forme seulement qu'une petite partie du PIB régional. En plus, l'année 2011 n'était pas très bon pour l'agriculture, les exportations des bananes vers l'UE ont diminué de presque 5%.

Le secteur tertiaire est celui qui produit la plus grande partie du PIB martiniquais et qui crée le plus grand nombre des emplois. Parmi les services nous ne pouvons pas oublier le secteur touristique qui est très important pour la région et pour son dynamique économique.

Après deux années de crise dans le secteur du tourisme, le nombre des visiteurs de la Martinique a augmenté de 4,6% en 2010, ce qui a beaucoup aidé à l'économie martiniquaise. Le tourisme en 2010 a donc représenté 3,6% du PIB total de Martinique. En 2011 le nombre des touristes de séjour a augmenté à 498 000, mais le tourisme de croisière était plus faible que l'année précédente.

2.4.3.3 L'offre touristique en Martinique

La Martinique est un île avec un patrimoine naturel et culturel très varié. Le nord de l'île est d'origine volcanique, il nous offre des randonnées dans les montagnes ou des balades agréables dans la forêt tropicale. Au côtes du sud de l'île se trouvent des nombreuses plages cachées dans de petites baies. Ces plages sont vraiment romantiques, avec du sable blanc et la mer transparente.

Le patrimoine culturel nous permet de visiter des maisons créoles, des distilleries du rhum, des villages de pêcheurs authentiques et un événement assez connu, le Carnaval martiniquais juste avant les Pâques.

L'île offre aux touristes un grand choix de sports, outre les sports nautiques il est possible d'y pratiquer le golf, l'équitation, les randonnées pedestres ou à velo.

2.4.4 La Mayotte

2.4.4.1 Les informations générales

La Mayotte est un archipel situé dans l’océan Indien, à mi-chemin entre l’Afrique et Madagascar. Elle est divisée en deux plus grandes îles (la Grande terre et la Petite terre) et un nombre des petits îlots dans leur environ. La superficie totale de l’archipel de la Mayotte est de 374km².

Étant une ancienne colonie de la France, la Mayotte est devenue Territoire d’outre-mer français par la Loi de décolonisation de 1946. En 1976, le statut de Mayotte s’est changé en Collectivité d’outre-mer français et est resté ainsi jusqu’à l’année 2011. Le 31 mars 2011, la Mayotte est officiellement devenue le 5^e département et région d’outre-mer français.

Le chef-lieu de la Mayotte est situé à l’île de la Grande terre à Mamoudzou, où se trouve aussi le siège de la préfecture de la Mayotte.

La population de la Mayotte comptait 186 452 d’habitant en 2010¹¹. La population est d’une partie d’origine française et de l’autre partie d’origine africaine (les mahorais). La langue officielle est donc le français, mais il y a plusieurs dialectes africains, parmi lesquels les plus utilisés sont le shimaoré et le shibushi.

2.4.4.2 L’économie et le tourisme

L’économie de la Mayotte a connu un grand développement pendant les dernières années, grâce aux projets de coopération et de la modernisation de ce DOM.

L’information la plus actuelle sur le PIB de la Mayotte est celle de 2005 et nous donne la chiffre suivant: 910 millions d’euro. D’après l’étude de l’INSEE de 2011¹², le PIB de Mayotte de l’année 2009 est estimé d’être 1,37 milliards d’euro, ce qui nous montre une grande augmentation.

Pour l’économie de la Mayotte, l’agriculture et la pêche sont des secteurs très importats, mais le secteur des services domine.

¹¹ Mayotte: Rapport annuel. In: *IEDOM* [online]. 2011 [cit. 2012-04-17]. Disponible sur: http://www.iedom.fr/IMG/pdf/ra2010_mayotte.pdf

¹² Produit intérieur brut à Mayotte en 2009: Rapport annuel. In: *Insee* [online]. Novembre 2011 [cit. 2012-04-17]. Disponible sur: http://www.insee.fr/fr/insee_regions/mayotte/themes/infos/infos55/infos55.pdf

L'agriculture de la Mayotte est caractérisée par la production des fruits tropicaux (comme les bananes, les noix de coco ou les mangos), de manioc, de la vanille et de l'ylang-ylang, de la légume (come le riz ou le maïs).

En 2010 le secteur agricole a connu une crise suivie de l'abaissement de la production. Les plus grands problèmes du secteur agricole de la Mayotte sont le manque de machines modernes et des agriculteurs érudits. Pour ça, la Mayotte et l'État ont établi un projet de développement durable de ce secteur.

La Mayotte profite des bonnes conditions maritimes dans la pêche thonière et artisanale et aussi dans la production aquacole. Mayotte est le DOM français qui produit le plus grande volume d'ombrine ocellée (150 tonnes par an).

Même si le secteur des services et du commerce a connu une crise et une regression pendant l'année 2011, il reste le plus important secteur de Mayotte.

Le secteur qui connaît une grande croissance est le tourisme. D'après les statistiques de l'INSEE¹³, le nombre des touristes venus en Mayotte en 2010 s'est élevé jusqu'à 52 800, ce qui représente une croissance de 7% en comparaison avec l'année 2007.

Presque la moitié des touristes (48%) est venue de la France métropolitaine, 46% de la Réunion et le reste des touristes venait d'un autre pays. Ça nous montre une large dépendance de ce secteur sur la France.

Car le secteur touristique à Mayotte possède un grand potentiel, le plan du Schéma de développement touristique est d'accueillir plus de 120 000 touristes dans les 10 prochaines années.

2.4.4.3 L'offre touristique en Mayotte

Étant un île d'origine volcanique et située dans la zone tropicale, la Mayotte possède un patrimoine naturel qui attire beaucoup des touristes.

La Mayotte offre des activités liées à la mer: le repos sur les plages, la baignade dans une mer propre, les sports nautiques et la plongée autour des barrières coralliennes.

¹³ Mayotte: Rapport annuel. In: *IEDOM* [online]. 2011 [cit. 2012-04-18]. Disponible sur: http://www.iedom.fr/IMG/pdf/ra2010_mayotte.pdf

Outre la mer, la Mayotte offre un grand nombre des différents sites naturels pour les randonnées. Sur la terre ferme il est possible de visiter le lac vert Dziani Dzaha, le Mont Bénara et le Mont Choungui, le jardin des plantes et des épices, la cascade de Soulou. Ce qui vaut de la visite, c'est le Parc marin et terrestre de Saziley et les petits îlots du lagon.

En ce qui concerne la culture, nous pouvons observer partout la vie quotidienne des mahorais. Entre les grands événements sont classés par exemple le Ramadan (la fête musulmane) ou le Grand mariage, une fête très traditionnelle et très riche du mariage ayant lieu au début de l'été.

2.4.5 La Réunion

2.4.5.1 Les informations générales

La Réunion est un île de l'océan Indien, située à Sud-est de l'Afrique et environ 700km à l'Est de Madagascar. Ce DOM n'est pas très grand, sa superficie totale est d'environ 2500km². Le climat est tropical, mais les températures varient d'après l'altitude où nous nous trouvons. Sur le littoral, les températures ne tombent jamais sous 20°C mais dans les montagnes en plein été, elles peuvent tomber jusqu'à 0°C.

Avant devenir le DOM français en 1946, même si elle appartenait à la France, la Réunion était une île un peu oubliée, ce qui a changé par sa départementalisation. Aujourd'hui c'est un département moderne et progressif.

La préfecture ainsi que le Conseil général et le Conseil régional ont leurs sièges à Saint-Denis, qui est la ville capitale de la Réunion.

La langue officielle est le français, mais la plupart des habitants utilise le créole réunionnais qui sert comme un moyen de communication entre les gens des origines divers.

La population totale était de 833 000 d'habitants au 1er janvier 2010. Il s'agit d'une population multiculturelle, grâce à la localisation de l'île.

2.4.5.2 L'économie et le tourisme

En 2009, comme les autres DOM, la Réunion a été touchée par la crise économique. Depuis cette année, l'économie réunionnaise s'est peu à peu stabilisée. Le PIB de la Réunion de 2010 était de 14,9 milliards d'euro.

Les activités principales de l'économie réunionnaise sont l'agriculture, l'industrie agroalimentaire et le secteur tertiaire (y compris le tourisme).

L'agriculture de la Réunion est caractérisée par la production de la canne à sucre, qui forme la moitié de sa production végétale. L'autre moitié est représentée par la production fruitière et légumière. L'élevage et la pêche ont aussi leur place dans l'économie réunionnaise, mais pas si marquante. La production totale des biens agricoles a atteint 374 millions d'euro en 2010.

L'industrie de la Réunion est basée sur la production agroalimentaire et sur le secteur de BTP.

Le secteur tertiaire est devenu le numéro un dans l'économie réunionnaise. C'est le tourisme, qui apporte une plus grande partie des revenus de la Réunion.

En 2010 la Réunion a accueilli 420 300 touristes: ici il est possible de voir la dépendance de ce secteur à l'UE, car seulement 13,5% des touristes venaient hors d'Europe.

2.4.5.3 L'offre touristique en Réunion

Même s'il s'agit d'un petit île, la Réunion offre aux touristes une combinaison particulière d'histoire et de traditions, de nature très variée et de loisirs à pratiquer.

Pour commencer avec la nature, il y a la possibilité d'admirer les montagnes d'origine volcanique et de la hauteur de 3000m, les forêts tropicales avec la faune et flore exceptionnelles, ou il est possible de se reposer sur les plages des côtes ou passer toute la journée en admirant la barrière corallienne.

La montagne la plus grande de l'île et en même temps un des plus actifs volcans au monde, est le Piton de la Fournaise. Deux ou trois fois par an, il offre un spectacle de feu qui est à la fois magnifique et à la fois terrifiante. Mais il ne faut pas trop s'inquiéter, les séismologues peuvent prévoir toute l'activité du volcan.

Le Parc national des Hauts de la Réunion possède plusieurs sites naturels qui valent la visite, parmi eux trois cirques naturels dans les roches: le cirque de Mafate, le cirque de Cilaos et le cirque de la Salazie, la Cascade du Voile de la Mariée ou la forêt de Bébou. Tous ces pitons, cirques et remparts de l'île sont inscrits au patrimoine de l'UNESCO.

Ce qui concerne la culture et les sites historiques, il faut vraiment visiter le village de Hell-Bourg, qui est considéré comme un des plus beaux village de toute la France.

2.5 Comparaison de l'offre touristique dans les DOM

Ci-dessous nous pouvons voir le Tableau 2.2 qui résume les plus importants facteurs de l'offre touristique dans tous les cinq départements d'outre-mer. Basé sur les informations de plusieurs guides touristiques et sur les statistiques de l'INSEE, j'ai divisé le tableau en dix parties: la température moyenne (en hiver et en été), la distance de la métropole (ici ça veut dire de Paris), et puis le patrimoine naturel et culturel qu'on peut visiter et les activités qu'on peut pratiquer.

Tableau 2.2 Comparaison de l'offre touristique des DOM

	Guadeloupe	Guyane	Martinique	Mayotte	Réunion
Température moyenne	27 °C	26 °C	25 °C	25 °C	26 °C
- en hiver	25 °C	26 °C	23 °C	29 °C	23 - 30 °C
- en été	plus qu 26 °C	26 °C	27 °C	22 - 25 °C	18 - 26 °C
La distance de la métropole	7 000km	7 000km	6 900km	8 000km	9 100km
La mer	océan Atlantique mer de Caraïbe	océan Atlantique	océan Atlantique mer de Caraïbe	océan Indien canal du Mozambique	océan Indien
- plages	oui	oui	oui	166 plages	oui
- activités nautiques	oui	oui	oui	oui	oui
Les randonnées					
- littorales	oui	oui	oui	oui	oui
- dans des colines	oui	oui (jusqu'au 851m)	oui	oui (jusqu'au 660m)	oui
- dans des hautes montagnes	oui (jusqu'à 1 467m)	non	oui (jusqu'au 1 400m)	non	oui (jusqu'au 3 071m)
Réserves naturelles	Parc national de Guadeloupe	nombreuses	Réserve naturelle de la Caravelle	Parc marin et terrestre de Saziley	Parc national des Hauts de la Réunion
Forêt tropicale	oui	95% du territoire	oui	oui	oui
Activités sportives					
- vélo	oui	oui	oui	oui	oui
- équitation, golf, pétanque, etc	oui	oui	oui	oui	oui
Événements culturels	le Carnaval la Route du Rhum	le Carnaval	le Carnaval	le Grand mariage le Ramadan	non
Culture et histoire	créole	créole	créole	mahoraine	multiculturelle
- sites historiques	nombreux	l'histoire du baigne	les églises dominent	vestiges historiques	nombreuses
- cuisine traditionnelle	oui	oui	oui	oui	oui
Spécialités de la région	volcan - la Soufrière	Centre spatial	distilleries du rhum	barrière corallienne le lagon	village de Hell-Bourg

Ce qui concerne les températures moyennes dans tous les DOM, il n'y a pas des saisons de l'année comme Europe, mais il y existe des saisons sèches et de saisons de pluies.

En regardant de près ce tableau, il est possible de supposer que ces DOM sont très semblables: ils ont tous des plages, des forêts tropicales, des réserves naturelles, ils offrent tous les types des activités sportives etc. Mais le contraire est vrai. Au moins il y a des grandes différences entre les DOM américaines et africaines, notamment dans la culture. En plus, il y a une diversité remarquable de la faune et flore, et du patrimoine naturel.

Et chaque département a sa propre culture et sa propre histoire.

L'offre des activités est aussi semblable parce que les départements tentent d'être les plus intéressants et attirants possible.

3 LA POLITIQUE DU TOURISME DES DÉPARTEMENTS D'OUTRE-MER

Dans le Code du tourisme de la France¹⁴, qui est un recueil des textes législatifs et réglementaires dans la domaine du tourisme, il est bien défini l'organisation générale du tourisme, les activités et profession du tourisme, les équipements et aménagements et le financement de l'accès aux vacances et la fiscalité du tourisme.

Pour aborder ce sujet, il faut en dire plus sur les porteurs du tourisme aux DOM et en France, car ce sont eux, qui forment et mettent en oeuvre la politique du tourisme.

Puis je vais faire une approche de la politique du tourisme dans les DOM, en utilisant les îles de Martinique et de Guadeloupe comme un exemple.

3.1 Les porteurs de la politique du tourisme au niveau national et international

Comme les DOM sont des départements de la France, ce sont surtout les organisations françaises, européennes ou mondiales, qui donnent la forme générale au tourisme dans les DOM.

Les organisations internationales ont pour le but de gérer le développement touristique durable dans le monde, de coordonner les politiques du tourisme des états et de créer les définitions et des règles valables pour tous.

Il faut mentionner l'Organisation mondiale du tourisme (l'OMT), l'institution des Nations Unies, dont la France (et donc les DOM aussi) est membre.

Son but principal est le développement durable du tourisme dans le monde, qui mènerait à la croissance économique et à la durabilité environnementale. L'OMT est censée

¹⁴ Code du tourisme. In: *Legifrance* [online]. [cit. 2012-02-06]. Dostupné z: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006074073&dateTexte=2012042>

assurer ,la promotion des politiques et des instruments en faveur d'un tourisme compétitif et durable'¹⁵ ainsi que favoriser l'éducation dans la domaine du tourisme.

Comme il est dit dans le Code du tourisme de la France, c'est l'État qui définit et met en oeuvre sa politique nationale du tourisme.

Parmi les porteurs de la politique touristique au niveau national, les plus importantes sont ces organisations: Le Secrétariat d'Etat délégué au tourisme, La Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS), Le Conseil national de tourisme, L'Agence de Développement Touristique de la France (Atout France) et l'ODIT France. Allons les étudier de plus près.

Le secrétariat d'État délégué au tourisme

Le secrétaire de l'État, qui est en tête du secretariat, s'occupe de l'agenda de la ministère dans la domaine du tourisme. La tâche du secrétaire est de surveiller, soutenir et coordonner toutes les activités du tourisme, et il s'occupe aussi de la propagation du potentiel touristique de la France.

La Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (la DGCIS)

La DGCIS a été créé en 2008 comme une direction générale regroupant plusieurs services – parmi lesquels il y a le service du tourisme, commerce, artisanat et services. La DGCIS fonctionne sous l'autorité du Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi.

Le sous-direction du tourisme de DGCIS a pour objectif d'élaborer et de mettre en oeuvre la réglementation dans le secteur du tourisme. Elle prépare et met en oeuvre la politique nationale du tourisme, qui devrait favoriser le développement économique et la compétitivité des entreprises du secteur du tourisme.

Elle représente aussi le ministère à des réunions internationnelles.

¹⁵ À propos de l'OMT. *Organisation Mondiale du Tourisme OMT* [online]. [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: <http://unwto.org/fr/content/propos-de-l-omt>

Ce qui est important pour les DOM c'est que la sous-direction du tourisme s'occupe de la coopération avec les instances territoriales de métropole et d'outre-mer en proposant des politiques touristiques. Et, elle coordonne aussi le projet Etat-régions.¹⁶

Le Conseil national de tourisme (le CNT)

Sur le site web de la Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, le CNT est défini comme '*l'instance de concertation collective de l'Etat avec les acteurs du tourisme. Il a la forme institutionnelle d'une commission administrative à caractère consultatif présidée par le ministre chargé du tourisme*'.¹⁷

La tâche du CNT est surtout d'émettre des avis et des recommandations concernant tous les domaines du tourisme pour le ministère.

Le CNT a aussi pour but la mission de veille et de prospective des informations sur le tourisme.

L'ODIT France

L'ODIT France est une agence du développement du tourisme. Son but est l'amélioration de la compétitivité concurrentielle dans le secteur du tourisme. L'ODIT apporte à l'État des documentations, statistiques et analyses différentes pour l'aider mieux définir la politique du tourisme de la France.

3.2 Les porteurs de la politique du tourisme au niveau régional et local

Comme la France est divisée en plusieurs départements, régions et communes, chacun de ces ensembles administratifs a son propre représentant de la politique du tourisme. C'est la région qui définit les objectifs du développement touristique régional – pour s'occuper de cette tâche il existe dans chaque région un Comité régional du tourisme (le CRT). Il élabore le schéma du développement du tourisme dans la région, et après

¹⁶ Détail d'un texte. *Legifrance* [online]. [2010] [cit. 2012-03-17]. Disponible sur:

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=?cidTexte=JORFTEXT000020158509&dateTexte=&oldAction=rechJO&categorieLien=id>

¹⁷ Le CNT. *Www.tourisme.gouv.fr* [online]. 06/12/2010 [cit. 2012-03-17]. Disponible sur:

<http://www.tourisme.gouv.fr/cnt/presentation.php>

l'approbation de ce schéma, le CRT est responsable de la mise en oeuvre de cette politique touristique.

Il existe les Comités départementales du tourisme, ayant les mêmes objectifs que les CRT, mais au niveau départemental - le département peut créer et mettre en oeuvre sa propre politique du développement touristique, mais à condition qu'il suive la politique de la région.

De plus, chaque commune peut établir une Office du tourisme dont le but est d'accueillir et informer les touristes et de coordonner la promotion du tourisme. Et bien sûr, l'Office du tourisme peut être consulté sur la politique du tourisme locale.

3.3 La politique du tourisme aux DOM Antillais

Entre les collectivités d'outre-mer français, les DOM antillais sont les plus visités et leur secteur du tourisme est le plus important. C'est pourquoi je les ai choisis pour analyser leur politique touristique de plus près. Je vais décrire le tourisme dans ces deux DOM, les avantages et inconvénients dans le secteur touristique ainsi que leurs stratégies régionales de développement touristique.

3.3.1 Le tourisme

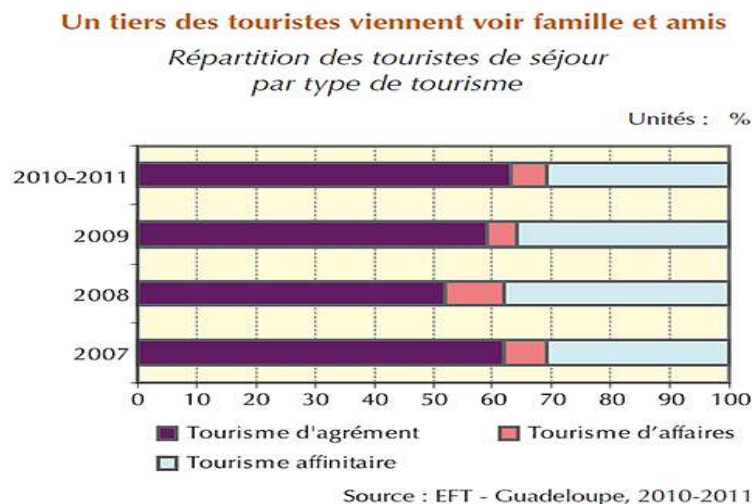
Même si le tourisme aux Antilles est le secteur le plus important de l'économie antillaise, depuis 2000 il est en déclin. Durant les années 90^e le nombre des touristes venant en Martinique et en Guadeloupe dépassait 900 000 dans chacune destination d'entre eux. Aujourd'hui, le nombre des touristes venants à l'ensemble de Martinique et Guadeloupe à peine dépasse un million, ce qui est un fait inquiétant.

Les touristes venant aux Antilles sont dans les statistiques de l'INSEE classés dans trois catégories:

1. les touristes d'affaires, qui viennent aux Antilles pour des motivations professionnelles;
2. les touristes affinitaires, qui viennent aux Antilles pour rendre visite à leur famille ou a leurs amis, ou qui possède une résidence dans la région;
3. et les touristes d'agrément, qui comporte tous les autres voyageurs.

Le rapport entre ces trois catégories est illustré sur le graphique 3.1, sur le cas de Guadeloupe.

Graphique 3.1: La répartition des touristes de séjour par type de tourisme en Guadeloupe



Source: http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=26&ref_id=18072

3.3.2 Les porteurs de la politique du tourisme

Les politique du tourisme du Conseil régional de Guadeloupe¹⁸ et du Conseil régional de Martinique¹⁹ sont presque identiques. Parmi leurs plus grands objectifs sont ceux-ci: la modernisation des hôtels et restaurants touristiques, pour que les régions disposaient des hébergements et équipements plus diversifiés et plus attractifs pour les touristes, le soutien financier du développement du tourisme durable des communes et des associations, et enfin la meilleur promotion des régions comme les destinations touristiques, en France comme en étranger.

La mise en oeuvre et la planification de la politique touristique dans ces deux régions sont fait par des comissions placées sous l'autorité des Conseils régionaux. Il s'agit de la Comission de développement économique et de l'emploi en Martinique, et de la Comission du tourisme et de la continuité territoriale en Guadeloupe. Leurs domaines

18 Conseil Régional de Guadeloupe [online]. 2005 [cit. 2012-04-01]. Disponible sur: <http://www.cr-guadeloupe.fr/>

19 Conseil Régional de Martinique [online]. [cit. 2012-04-01]. Disponible sur: <http://www.cr-martinique.fr>

d'intervention sont nombreux; parmi eux la préparation et mise en oeuvre du schéma de développement et d'aménagement touristique est la plus importante.

3.3.3 La stratégie du développement touristique

3.3.3.1 Le Schéma régional de développement économique (SRDE) de Guadeloupe

En 2006, la région de Guadeloupe a fait une large analyse de son développement économique, y compris le secteur touristique. L'objectif de cette analyse était de définir et lancer une nouvelle stratégie de développement économique en trouvant de nouveaux moyens de ce développement.

Le résultat de l'analyse du secteur touristique²⁰

Bien que le secteur touristique soit en crise, il représente un vrai potentiel pour l'économie de la région. La Guadeloupe satisfait tous les critères pour être une destination touristique attractive et intéressante. Ses premiers avantages sont les conditions naturelles, la Guadeloupe possède un patrimoine diversifié en ce qui concerne le climat et le paysage, et aussi le patrimoine culturel et social. Les autres avantages sont surtout les infrastructures, la sécurité, les équipements et les services, qui sont tous de très bonne qualité. En plus, l'appartenance à France et à la zone euro sont attractifs pour les touristes européens.

Mais la région de Guadeloupe a bien sûr plusieurs faiblesses et inconvénients, et ce sont ceux à vers lesquels la nouvelle stratégie touristique s'oriente. Les principales faiblesses sont le positionnement marketing et l'orientation (ou plutôt la dépendance) touristique par rapport à la France. En 2009, 95% des touristes de séjour étaient de la France métropolitaine. Il faut améliorer la position de la Guadeloupe sur le champ des destinations touristiques et orienter la propagation touristique aussi vers le monde non-francophone.

Ce qui a aussi besoin d'être amélioré, c'est l'offre d'hébergement et le professionnalisme des employés du secteur touristique.

20 Le diagnostic. In: *Conseil régional de Guadeloupe: Documents de stratégie* [online]. 2005 [cit. 2012-04-04]. Disponible sur: <http://www.cr-guadeloupe.fr/upload/documents/SRDEDEF2.pdf>

La stratégie de développement touristique²¹

La stratégie pour relancer et redynamiser de nouveau le secteur du tourisme en Guadeloupe est la suivante:

Tout d'abord, il est nécessaire de définir de nouveau le positionnement de la Guadeloupe sur le marché touristique.

Comme je l'ai déjà mentionné, la Guadeloupe est avant tout la destination des français de la métropole, ce qui a été en plus supporté en 2010 par le lancement de l'opération 'Chèques-vacances - spécial Outre-mer'. C'était un instrument pour stimuler le secteur touristique en Guadeloupe (et aux autres DOM aussi) pendant la crise de 2009, mais ça n'a pas aidé à attirer les touristes non-francophones.

Il faut donc orienter la propagation de la région vers les États-Unis (car les touristes des États-Unis visitent en grande nombre les autres îles Antillais) et vers l'Union européenne (car il est attractif de visiter une destination tropical et ne pas quitter l'UE). Les meilleures possibilités de propagation nous sont données par l'Internet, il suffit de mieux organiser et centraliser l'offre touristique de l'archipel et bien structurer la commercialisation sur les sites web.

Pour améliorer l'accès en Guadeloupe et augmenter les capacités de transport, la desserte hebdomadaire entre les Antilles et l'aéroport de Roissy (France) a été rouverte.

Pour devenir une région plus attractive aux touristes, la Guadeloupe a décidé de s'orienter vers ces deux domaines de gestion des services:

Premièrement, il faut assurer une augmentation de la qualification de personnel qui travaille dans le secteur touristique, en posant l'accent sur l'éducation des langues étrangères. La raison de ce manque de personnel qualifié est que la majorité des diplômés du lycée hôtelier quittent la Guadeloupe pour aller travailler ailleurs. La solution est claire: il faut présenter la Guadeloupe comme une région très attractive en matière d'emploi touristique.

Deuxièmement, la Guadeloupe a décidé de mieux spécifier les activités touristiques offertes. Cela signifie particulièrement le développement des différents pôles du

21 La stratégie de développement. In: *Conseil régional de Guadeloupe: Documents de stratégie* [online]. 2005 [cit. 2012-04-04]. Disponible sur: <http://www.cr-guadeloupe.fr/upload/documents/SRDEDEF3.pdf>

tourisme comme par exemple du tourisme balnéaire, culturel, sportif, de l'écotourisme et de géotourisme etc.

En tenant compte son patrimoine naturel, la Guadeloupe a décidé de développer les possibilités des randonnées ainsi que les activités nautiques et d'améliorer l'utilisation des plages. Cela veut dire que Guadeloupe veut offrir des excursions en forêt tropicale, des randonnées littorales, une meilleure signalisation touristique, une sécurisation des plages, une possibilité de formation des activités nautique etc.

Ce qui concerne le patrimoine culturel, la région veut profiter de sa tradition créole (cuisine, architecture) ainsi que des événements spéciaux comme le carnaval, la Route du Rhum, les concerts musicaux.

Et comme l'écotourisme est aujourd'hui de plus en plus moderne, il est très visionnaire d'investir dans ce domaine.

En ce qui concerne l'hébergement, il faut reconstruire le parc hôtelier tout en modernisant et actualisant l'offre et les services. L'offre d'hébergement en Guadeloupe devrait s'orienter vers la qualité. La démarche de la région comporte l'accompagnement de la mutation des hôtels existants, le soutien de la création des petits hôtels de caractère créole et aussi le soutien de l'offre d'hébergement alternatif (comme les gîtes, les auberges de jeunesse, les campings). Il est aussi nécessaire d'adapter la classification de l'hébergement aux standards européens et mondiaux.

Le problème qu'on ne peut pas du tout oublier est l'attitude de la population guadeloupéenne face au tourisme. Pour le bon fonctionnement des services touristique, il faut que les habitants soient d'accord avec le développement touristique. Le tourisme a un grand apport économique et social – il crée des emplois, la modernisation de la région augmente le niveau de vie des guadeloupéens – mais il faut éviter le plus possible l'impact négatif du tourisme.

3.3.3.2 Le Schéma Martiniquais de Développement Économique (le SMDE)

Le Schéma Martiniquais de Développement Économique²² nous présente l'analyse et la stratégie du secteur touristique dans cette région. Le tourisme est un secteur principal pour l'économie martiniquaise et son développement sera tout de suite accompagné par le développement économique.

Quel est l'état actuel du tourisme martiniquais?

La Martinique est une île de la Caraïbe, ce qui lui donne l'image très favorable d'une île tropical et exotique. Son appartenance à la France et donc à l'Union Européenne lui donne un joli avantage par rapport aux pays concurrents de la zone Caraïbe, notamment la monnaie (euro) et le minimum des formalités pour traiter avant le départ pour les résidents de l'UE.

Le patrimoine naturel très varié de Martinique et sa culture créole peuvent aussi être intéressants pour les touristes.

Pourtant, aujourd'hui, le tourisme en Martinique n'apporte pas de tels revenus, qu'il pourrait. Le nombre des touristes venant en Martinique se diminue chaque année. En 1998, la Martinique a accueilli plus qu'un million des touristes, et en 2011 elle a accueilli seulement 498 000. Le Conseil régional de Martinique a fait une analyse de cet état de choses (qui est présenté dans le SMDE et dans l'Agenda 21) et les données sont suivantes:

La Martinique, quant à son offre touristique, est placée dans un environnement avec une concurrence forte et agressive. Les autres îles et pays de la zone Caraïbe sont beaucoup plus performants: sur la liste des destinations caraïbes, la Martinique occupe la place à la fin de cette liste.

Le premier problème, c'est la propagation, qui n'est pas très forte en Martinique. La Martinique se présente souvent comme l'île du soleil et des plages et des activités nautiques, et voilà la question: pourquoi un touriste devrait-il choisir la Martinique

²² Schéma Martiniquais de Développement Economique. In: *Conseil Régional de Martinique* [online]. [cit. 2012-04-15]. Disponible sur: http://www.cr-martinique.fr/francais/politiques/deveco/SMDE/docs-Synthese/smde_def.pdf

parmi le grand nombre des pareilles destinations? La propagation du tourisme martiniquais manque d'originalité, c'est tout.

La variété des activités et des sites naturels, culturels ou historiques est au bon niveau, elle est suffisamment large, mais encore une fois, elle est mal propagée.

Le deuxième problème, ça pourrait être le rapport entre les prix et la qualité des produits. La restauration, les hôtels, les services, et aussi l'accueil des touristes ne sont que d'une qualité moyenne.

Quelle devrait être la stratégie touristique en Martinique?

Le SMDE nous présente 3 axes de développement touristique en Martinique: la labellisation de la destination de la région, la professionnalisation des acteurs du tourisme et la redynamisation de la commercialisation.

Dans son environnement concurrentiel, la Martinique doit se différencier par la qualité des produits offerts aux touristes. Le processus est le suivant:

Premièrement, la Martinique doit identifier les produits touristiques spécifiques et originaux, qui peuvent devenir la moyenne de la différenciation de la région. Basé sur ces produits, la Martinique va commencer la reconstruction et modernisation de l'hôtellerie, de restauration et des services. Tout cela va aider à Martinique à se différencier par rapport à ses concurrents. En offrant les produit spéciaux et les services de haut niveau, la Martinique deviendra une destination plus chère mais avec des produit labellisés qui en valent la peine.

En labellisant la région, la Martinique veut s'orienter aussi sur l'écotourisme et la nature.

Ce qui est aussi très important, c'est la qualité de l'accueil et la qualification des acteurs dans le secteur du tourisme. La Martinique veut mettre l'accent sur la formation des employés dans l'hôtellerie et dans la restauration, dont le niveau doit augmenter.

Ensuite il faut augmenter le niveau de la formation des langues étrangères et des cultures des pays, d'où viennent la majorité des touristes. Tout cela va assurer à la Martinique une augmentation de la qualité de l'accueil et des services touristiques.

En ce qui concerne l'organisation du tourisme, il faut faire plus d'analyses de l'offre des produits, de la qualité des services, de la dynamisation du tourisme, de la satisfaction

des touristes, etc. et d'après les résultats de ces analyses, le programme d'aménagement touristique devrait être redéfini chaque année.

Le but de la Martinique dans le domaine du tourisme est d'atteindre de nouveau le niveau supérieur des touristes accueillis dans le passé (pour le moment, c'est d'accueillir entre 800 et 900 milles touristes.).

La stratégie pour obtenir ce résultat repose sur l'orientation sur des nouveaux segments de la clientèle. La Martinique devrait offrir des séjours aux seniors, aux familles, aux groupes des employées des entreprises européennes etc., créer des packages des services touristiques, améliorer sa desserte aérienne et faire une propagation aussi dans le pays d'où ne viennent pas encore de touristes.

3.3.3.3 Le Rapport d'information de sénat n° 547

Dans le Rapport d'information numéro 547²³, sénateur Michel Magras présente la situation du secteur touristique antillais. D'après sa recherche de 2011, le secteur du tourisme aux Antilles est en crise profonde et il faut relancer l'activité du secteur par une stratégie globale.

D'après le sénateur, il faut absolument comprendre le secteur touristique comme un secteur principal du développement économique des départements antillais. Comme il mentionne dans son rapport, *'le tourisme est le secteur économique d'avenir pour les Antilles'*.

Les recommandations du rapporteur d'une grande partie affirment et soutiennent les stratégies de développement touristique de la Guadeloupe ainsi que de la Martinique.

Le sénateur Magras est d'accord avec la reconstruction du parc hôtelier. Parce que le secteur hôtelier est le plus touché par la baisse de l'activité touristique et se trouve maintenant dans une situation financière très mauvaise, il conseille de défiscaliser le secteur pour permettre sa modernisation.

23 N° 547 Rapport d'information. In: *Guadeloupe et Martinique: d'un tourisme subi à un tourisme intégré* [online]. 24 mai 2011 [cit. 2012-04-01]. Disponible sur: <http://www.senat.fr/rap/r10-547/r10-5471.pdf>

Il est aussi d'accord avec l'effort d'attirer les touristes non-francophones. Il recommande de s'orienter vers les touristes nord-américains par une constitution de la meilleure propagation des Antilles ainsi que par l'amélioration de la desserte des Antilles par des compagnies aériennes américaines.

Il admet qu'il faut améliorer l'offre touristique par la plus grande diversification des produits touristiques. Il est également d'accord avec la meilleure formation des travailleurs dans le secteur touristique, notamment en ce qui concerne la formation linguistique.

Parmi les plus grands problèmes, le sénateur Magras considère l'absence de la volonté politique de développer le tourisme, la saisonnalité, l'orientation du tourisme vers la métropole et l'ignorance du reste du monde.

Le problème de la volonté politique repose sur les acteurs locaux. Bien que la problématique du tourisme a été étudié et les décisions sur la stratégie de développement du tourisme ont été prises, la mise en oeuvre pose des problèmes. Les initiatives dans cette domaine sont indiscutables, mais elles sont très isolées, sans aucune liaison entre elles.

D'après le sénateur, il faut établir une stratégie prise par l'ensemble de tous les acteurs locaux du tourisme pour obtenir un secteur du tourisme intégré. La mise en oeuvre de cette stratégie pourrait aussi être accompagnée par l'État.

La saisonnalité est un grand inconvénient du tourisme antillais. Il s'agit du fait que les touristes sont nombreux dans la saison de décembre au mai et pendant le reste de l'année le tourisme stagne.

Le sénateur Magras propose plusieurs solutions. La première est l'orientation vers la clientèle senior, car les personnes âgées sont disponibles pendant toute l'année. La deuxième proposition sur ce sujet est de lancer une propagation du tourisme événementiel – les événements culturels et sportifs peuvent attirer les touristes hors de la saison. Un parfait exemple de cette stratégie est la Route du Rhum. La troisième solution consiste dans le développement du tourisme d'affaires.

Selon le sénateur, il faut relancer le tourisme de croisière, qui est aujourd'hui en récession. La raison de cette récession est l'accueil et l'offre touristique insuffisants

dans les villes de débarquement. Pour améliorer les services et augmenter leur attractivité ils pourraient créer un plus large choix des excursions et des animations.

Il sera utile de créer un 'carnet du territoire' avec la liste et la description des sites touristiques, des espèces animales et végétales, des événements culturels pour que l'offre touristique du territoire soit complète et facilement accessible à tout le monde.

D'après le rapport d'information du sénateur Magras, les deux DOM antillais possèdent un patrimoine naturel magnifique qu'ils ne savent pas valoriser ni utiliser pour leur développement touristique.

Car le tourisme balnéaire ne reste plus suffisant aujourd'hui, il faut faire plus la promotion du tourisme vert et '*construire une image des Antilles comme îles vertes*'. La Martinique et la Guadeloupe sont toujours connues comme les destination de soleil, plages et cocotiers et la réorientation vers l'éco-tourisme leur aiderait d'attirer plus de touristes.

Ici le rapporteur souligne la nécessité de trouver un équilibre entre le tourisme et la protection du patrimoine naturel en ajoutant une solution: l'accès payée dans les territoires menacés ou protégés.

3.3.4 La recherche

Après avoir étudié de près la problématique de la politique du tourisme dans les DOM, je suis portée à croire, que le plus grande problème est celui de la propagation du tourisme dans le monde.

Tous les cinq DOM ont une offre touristique très intéressante et très attirante, pourquoi ils accueillent aussi peu de touristes?

3.3.4.1 La recherche à l'école

En considérant les lycéens de 4ème années comme le segment des gens généralement plus érudit en Histoire-géographie, j'ai questionné 103 jeunes lycéens de 18 et 19 ans sur leurs connaissances sur les DOM. La forme de la recherche était un questionnaire de 6 questions, rempli pendant le cours. Le formulaire de questionnaire est ajouté comme l'annexe 1.

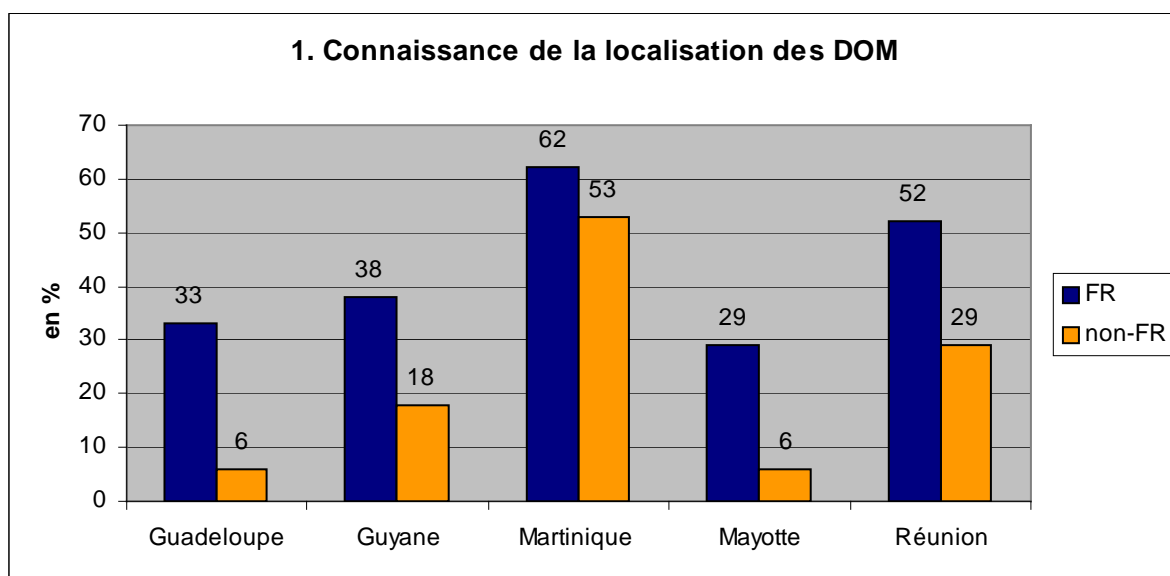
D'après les résultats des questionnaires, il n'est pas très objectif de comparer les connaissances des lycéens étudiant le français avec celles des lycéens qui étudient des autres langues. J'ai donc évalué les réponses de ces deux groupes séparément.

Les graphiques suivants nous montrent la comparaison de a) les 5 départements et b) la groupe des étudiants de français avec la groupe des étudiants d'une autre langue.

La première question était orientée sur les connaissances de la localisation de chaque DOM. Voir le graphique 3.2. J'ai supposé que les étudiants de lycée devraient être capables de les situer grâce à leur cours d'Histoire-géographie. Pourtant les résultats étaient un peu décevants.

Dans tous les deux groupes des étudiants était le pourcentage assez élevé sur la correcte localisation de la Martinique (62% et 53%) et de la Réunion (52% et 29%).

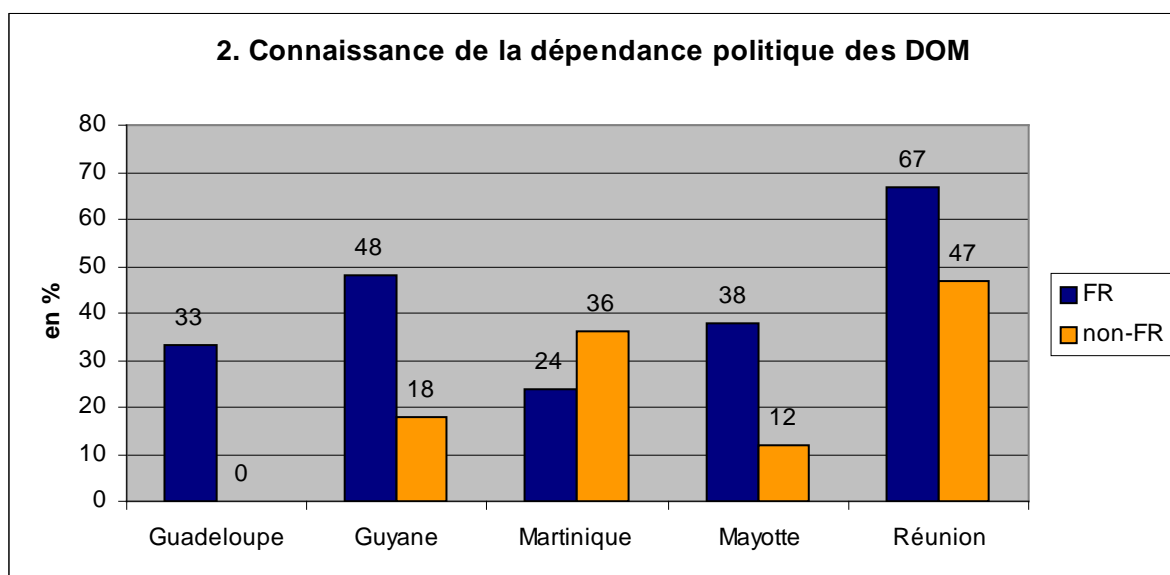
Graphique 3.2: La connaissance de la localisation des DOM



La deuxième question était orientée sur les connaissances de la dépendance ou l'indépendance de chaque territoire. La bonne réponse était que toutes les territoires font partie de la France. Voir le graphique 3.3.

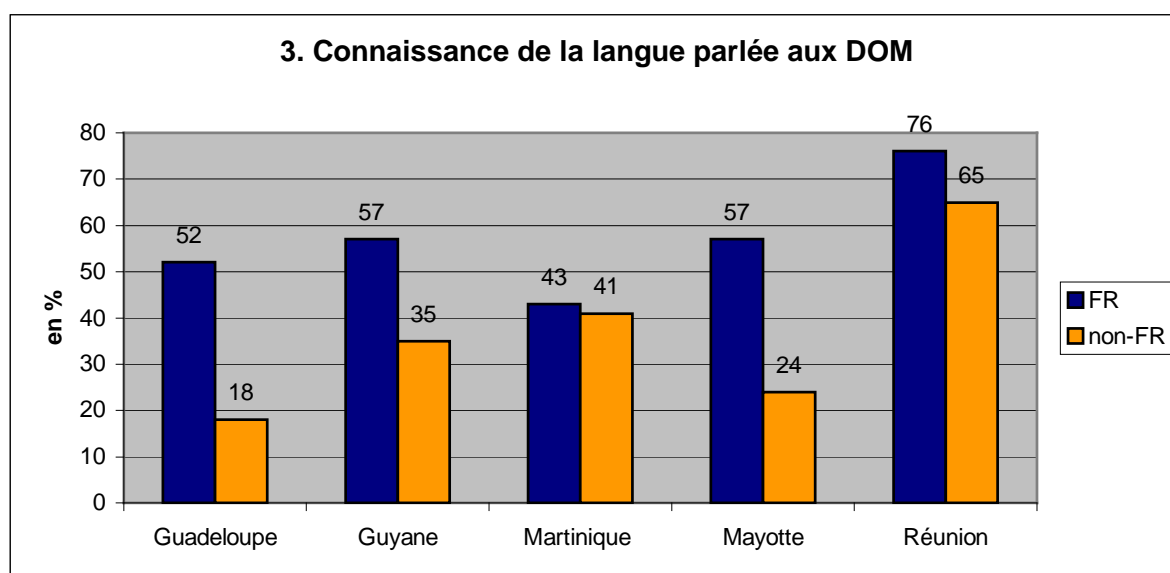
Les meilleures connaissances de la localisation était porté sur la Réunion dans toutes les deux groupes.

Graphique 3.3 : La connaissance de la dépendance politique des DOM



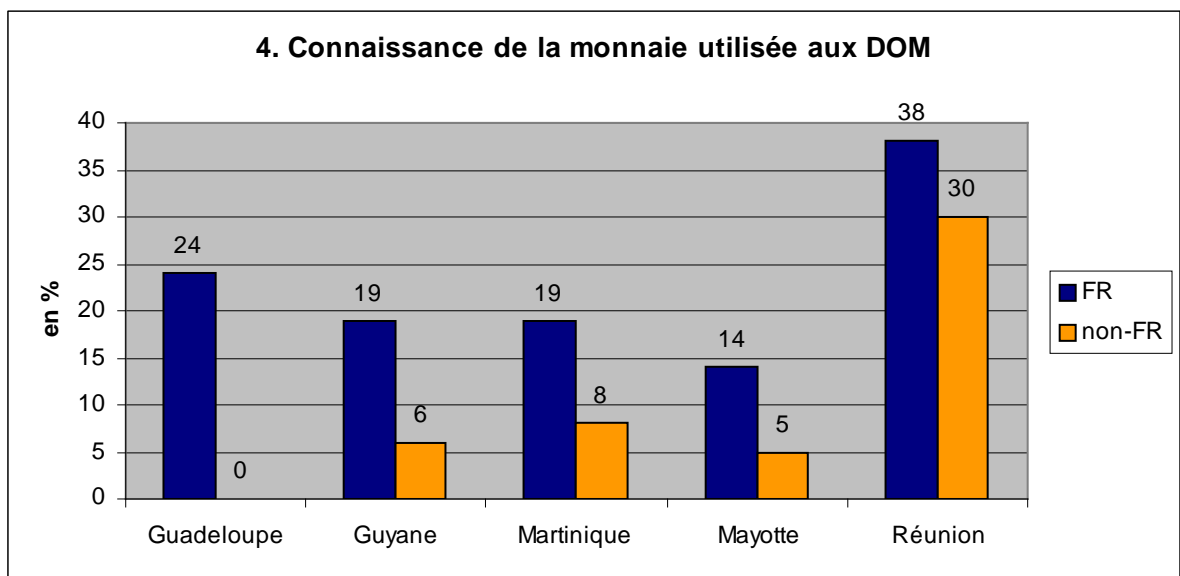
La troisième question s'était concentrée sur la langue parlée dans les DOM. La bonne réponse était le français. Voir le graphique 3.4. Ici les résultats étaient plus optimistes et en plus, un étudiant a même connu le fait qu'on parle aussi la langue créole en Martinique.

Graphique 3.4 : La connaissance de la langue parlée aux DOM



La quatrième question s'était orientée sur la monnaie utilisée dans les DOM, qui est euro. Voir le graphique 3.5. Cette connaissance me paraît importante, parce que pour les habitants de l'UE il est très confortable de pouvoir payer en euro pendant leur vacances. Le pourcentage des réponses correctes en général est très basse. Notamment dans le groupe des étudiants sans connaissance du français le nombre des bonnes réponses est, à l'exception de la Réunion, négligeable.

Graphique 3.5 : La connaissance de la monnaie utilisée aux DOM



La dernière question portait sur des expériences personnelles des étudiant, leur famille ou leurs amis avec le voyage dans les DOM. La plupart des étudiants n'y ont jamais été, cependant quelques uns ont fait (ou connaissent quelqu'un qui a fait) un voyage en Réunion et en Caraïbe.

Ce fait correspond approximativement à ma recherche de l'offre touristique des offices de voyage, qui se trouve ci-dessous.

3.3.4.2 La recherche parmi les offices de voyage

Pour introduire le questionnaire, il faut tout d'abord définir la notion de l'agence de voyage. En République Tchèque nous distinguons (aussi par des noms) deux types des agences de voyage, mais en cherchant dans plusieurs dictionnaires françaises je n'ai pas

réussi à trouver que la désignation '*agence de voyage*' pour les deux types de l'agence en français.

Ces deux types des agences sont suivants:

1. Les agences qui créent et vendent leur propre services et voyages,
2. Les agences qui ne créent pas de propre service et vendent seulement les services des agences du premier groupe.

Dans mon recherche, j'ai travaillé seulement avec les agences de voyage du premier groupe, qui vendent leurs propres services.

J'ai fait une petite recherche de l'offre des offices de voyage de la deuxième plus grande ville tchèque - Brno. J'ai enquêté dans toutes les agences trouvées dans l'annuaire téléphonique *Zlaté stranky* de Brno, qui comprend 24 agences, avec le résultat suivant:

1. Dix agences de voyage n'offrent pas de voyage aux DOM. Il ne faut plus parler des agences de ce groupe.
2. Neuf agences de voyages n'offrent pas eux mêmes de voyages aux DOM, mais sont capables de l'organiser à travers une agence de voyage étrangère. Mais ce service ne peut pas être tourvé dans leurs offre de voyage ni dans leurs catalogues, elle est disponible seulement à la demande du client.
3. Cinq agences de voyage organisent des voyages à un ou plusieurs DOM. Il s'agit de : Čedok, S.E.N. et son branche Go service, Fisher, ESO travel, Vítkovice Tours. Ces offices appartiennent entre les plus grandes agences de voyages de la République Tchèque.

Ce qui concerne le troisième groupe des agences, chacun entre eux offre des voyages aux différents DOM.

D'après les résultats, seulement une sixième des agences de Brno organisent les voyages en Guadeloupe et en Martinique, seulement une huitième en Guyane et Réunion et que aucune agence n'organise de voyage en Mayotte.

3.3.4.3 Recommandation basée sur la recherche

D'après ces deux recherches nous pouvons conclure que dans la République Tchèque la propagation et les connaissances des DOM sont très basses.

Même si la République Tchèque est un petit pays en comparaison avec la France, ses habitants aiment bien voyager et faire connaissance d' autres cultures. Je suis persuadée que si la propagation des DOM en République Tchèque s'augmentait et s'améliorait, les DOM pourraient devenir la destination d'un plus grand nombre des touristes tchèques.

Je me rends compte du fait que les touristes tchèque représentent un trop petit pourcentage des visiteurs des DOM, mais le principe reste le même pour les autres pays. Comme la plupart des visiteurs des DOM sont les français (plus que 90%), il est probable que la situation dans les autres pays est similaire qu'en République Tchèque.

Je considère la propagation comme la clé de l'augmentation touristique dans les départements.

Les DOM donc devraient analyser le secteur touristique mondial et l'offre touristique dans plusieurs pays dont les habitants voyagent le plus. Après l'analyse ils devraient pénétrer dans le marché du tourisme dans ces pays en instaurant une grande publicité et propagation des DOM et de leur patrimoine pour attirer des touristes.

CONCLUSION

L'objectif de ce mémoire était d'analyser la situation et l'offre touristique dans les départements d'outre-mer français en s'appuyant sur la politique et la stratégie dans les départements antillais.

Même si la partie du PIB de la France représentée par le tourisme des DOM est négligeable pour la métropole, il est clair que le secteur touristique est très importants pour l'économie d'outre-mer. Le secteur du tourisme se développe vite et ce développement apporte de emplois et augmente le produit intérieur brut de chaque DOM.

Pendant les dernières années, le tourisme dans tous les cinq DOM a connu une regression assez marquante. Cependant, l'année 2011 a apporté de l'espoir au secteur touristique, car le nombre des touristes venants aux DOM a de nouveau un peu augmenté. Tous les cinq DOM possèdent un patrimoine naturel et culturel remarquable qui pourraient être l'appeau pour les touristes. Pourquoi le nombre des touristes est si bas?

Les comités du tourisme dans les départements ont analysé de près le secteur touristique et ont lancé des nouvelles stratégies pour son développement.

En analysant et décrivant les stratégies des départements antillais je me suis rendu compte que leurs problèmes du secteur touristique ainsi que leurs politiques du tourisme sont pratiquement identiques. En Martinique comme en Guadeloupe, les plus grands problèmes du secteur touristique sont: l'offre du tourisme trop orienté vers la mer et les plages, le parc hôtelier et les services viellis, la propagation insuffisante et la dépendance au tourisme de la métropole.

Aussi l'auteur du rapport de sénat concernant le tourisme dans les départements antillais est d'accord avec ces points faibles de leur secteur touristique. Il ajoute encore plusieurs recommandations, dont les plus importantes, d'après moi, sont celles de la propagation et de la nécessité d'une politique du tourisme intégrée dans toutes les domaines de l'économie.

À la fin de cette mémoire j'ai réalisé une recherche portant sur les connaissances des DOM et sur l'offre des agences de voyages de la République Tchèque. L'objectif était de montrer l'insuffisance de la propagation des DOM en République Tchèque.

Les résultats étaient clairs: les gens, en général, ne savent que peu ou rien sur les informations élémentaires, comme la localisation, la langue parlée ou la monnaie utilisée des DOM. L'exception sont les gens étudiant la langue française, qui ont pendant leur cours aussi parlé de la civilisation française.

Ce qui concerne les agences de voyage, seulement une sixième des agences de la deuxième plus grande ville tchèque, Brno, offrent des voyages aux DOM.

Tout ça nous montre, que la connaissance des DOM (et donc leur propagation) est d'un niveau très bas. Il serait donc utile de réaliser une recherche dans plusieurs autres pays pour recevoir un image complet sur la situation de la propagation.

RÉSUMÉ

Ce mémoire disserte sur la politique du tourisme dans les départements d'outre-mer français. La première partie comporte des notions et informations théoriques sur le tourisme et la politique du tourisme.

La deuxième partie nous décrit la situation économique et touristique en Guadeloupe, Guyane, Martinique, Mayotte et Réunion et leur relations avec la France.

La troisième partie de la mémoire est plus pratique. Au début, elle comporte une analyse des institutions influençant la politique du tourisme de l'outre-mer, ensuite elle s'oriente sur l'analyse du tourisme dans les départements antillais et sur leurs stratégies touristiques. La fin de la mémoire comprend la recommandation de l'auteur soutenue par une recherche de la connaissance des DOM en République Tchèque.

Résumé in English

This bachelor thesis discusses the tourism policy of French overseas departments.

The first part contains theoretical information about the tourism and the tourism policy.

The second part describes the economic and tourism situation of Guadeloupe, French Guyana, Martinique, Mayotte and Réunion and their relationship to France.

The third part of this thesis is more practical. In the beginning it contains an analysis of the institutions having an influence on the tourism policy of the French overseas. Then it concentrates on the analysis of the tourism and the tourism strategy of the Antillean departments. In the end the author's recommendation, supported by a research of the knowledge about the French overseas departments in the Czech republic, is formulated.

TABLES DES FIGURES, TABLEAUX, GRAPHIQUES ET ANNEXES

Table des figures

Figure 2.1: Administration de la France.....	18
--	----

Table des tableaux

Tableau 2.1: International tourist arrival.....	17
---	----

Tableau 2.2: Comparaison de l'offre touristique des DOM.....	31
--	----

Table des graphiques

Graphique 3.1: La répartition des touristes par type de tourisme en Guadeloupe.....	36
---	----

Graphique 3.2: La connaissance de la localisation de DOM.....	45
---	----

Graphique 3.3: La connaissance de la dépendance politique des DOM.....	46
--	----

Graphique 3.4: La connaissance de la langue parlée aux DOM.....	46
---	----

Graphique 3.5: La connaissance de la monnaie utilisée aux DOM.....	47
--	----

Table des annexes

Annexe 1: Le questionnaire	
----------------------------	--

BIBLIOGRAPHIE

SOURCES IMPRIMÉES

ATTL, P., NEJDL, K. *Turismus I*. Praha: Vysoká škola hotelová, 2004

BÉLORGEY, G., BERTRAND, G. *Les DOM-TOM*. Paris: La Découverte, 1994. ISBN 2-7071-2355-2

Caribbean Islands travel guide. China: Lonely Planet, 2011. ISBN 978-1-74179-454-0.

CARILLET, J.-B., PRESSER, B. *Mauritius, Reunion & Seychelles travel guide*. China: Lonely Planet, 2010. ISBN 978-1-74179-167-9.

FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Olomouc: UP v Olomouci, 2003. ISBN 80-244-0719-1

GEOFFROY, M. *La Réunion*. Paris: Hachette Tourisme, 2011. ISBN 978-2-01-244977-0

HOLO, A. *Martinique*. Paris: Hachette Tourisme, 2010. ISBN 978-2-01-244577-2

INDROVÁ, J. *Cestovní ruch (základy)*. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4

LARQUEMIN, D., LE PRISÉ, H., TEIXIDO, S. *Archipel Guadeloupe*. Paris: Hachette, 2003. ISBN 2-01-243833-4

LEPRISÉ, H., GIRAUD, P. *Bonjour les DOM-TOM*. Paris: Les Créations du Ppélican, 1998. ISBN 2-7191-0404-3

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES. *France*. Paris: La documentation française, 2004. ISBN 2-11-005532-4

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002

PEYROUTET, C. *Le tourisme en France*. France: Nathan, 2005. ISBN 2.09.183056.9

RENAULT, J.-M. *Bonjour la Guyane*. Paris: Les Créations du Pélican, 1997. ISBN 2-7191-0364-0

RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch*. Ostrava: KEY Publishing s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7418-028-6

SCHEJBAL, C. *Typologie cestovního ruchu*. Přerov: Vysoká škola logistiky o.p.s., 2008. ISBN 978-80-87179-03-1

South America on a Shoestring travel guide. Singapore: Lonely Planet, 2010. ISBN 978-1-74104-923-7.

TITTELBACHOVÁ, Š. *Turismus a veřejná správa*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011, ISBN 978-80-247-3842-0

VYSTOUPIL, J. a kol. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4167-6

SOURCES ÉLECTRONIQUES

ANTOUŠKOVÁ, Michaela. *Cestovní ruch jako faktor rozvoje regionu* [online]. Praha, 2008 [cit. 2012-04-28]. Disponible sur: <http://search.czu.cz/?r=&q=diserta%E8n%ED+pr%E1ce+Cestovn%ED+ruch+jako+faktor+rozvoje+region> Disertační práce. Česká zemědělská univerzita v Praze.

À propos de l'OMT. *Organisation Mondiale du Tourisme OMT* [online]. [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: <http://unwto.org/fr/content/propos-de-l-omt>

CEROM [online]. [cit. 2012-03-10]. Disponible sur: <http://www.cerom-oultremer.fr/cerom/>

Code du tourisme. In: *Legifrance* [online]. [cit. 2012-02-06]. Disponible sur: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006074073&dateTexte=20120428>

Collectivité d'outre-mer / COM. In: *Insee: Définitions et méthodes* [online]. 14/02/2012 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/collectivite-outre-mer.htm>

Comité départemental du tourisme de Mayotte [online]. 2010 [cit. 2012-04-17]. Disponible sur: <http://www.mayotte-tourisme.com/>

Comité du Tourisme de la Guyane [online]. 2009 [cit. 2012-03-18]. Disponible sur: <http://www.tourisme-guyane.com/>

Conseil Régional de Guadeloupe [online]. 2005 [cit. 2012-03-10]. Disponible sur: <http://www.cr-guadeloupe.fr/>

Conseil Régional de Martinique [online]. [cit. 2012-04-01]. Disponible sur: <http://www.cr-martinique.fr>

Département d'outre-mer / DOM. In: *Insee: Définitions et méthodes* [online]. 14/02/2012 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/departement-outre-mer.htm>

Détail d'un texte. *Legifrance* [online]. [2010] [cit. 2012-03-17]. Disponible sur: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=?cidTexte=JORFTEXT000020158509&dateTexte=&oldAction=rechJO&categorieLien=id>

DOM TOM FR annuaire de l'Outre Mer [online]. [cit. 2012-04-07]. Disponible sur: <http://www.domtomfr.com/>

IEDOM [online]. [cit. 2012-04-04]. Disponible sur: <http://www.iedom.fr/iedom/>

Ile de La Réunion Tourisme [online]. 2009 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: <http://www.reunion.fr/>

Institut national de la statistique et des études économiques [online]. [cit. 2012-04-28]. Disponible sur: <http://www.insee.fr/fr/>

JANEČKOVÁ, Eva. *Turistická politika a její nástroje vybrané země: Irská republika* [online]. Brno, 2006 [cit. 2011-12-27]. Disponible sur: http://is.muni.cz/th/50111/esf_b/Bakalarska_prace_Eva_Janeckova.pdf. Bakalářská práce. Masarykova univerzita v Brně.

La stratégie de développement. In: *Conseil régional de Guadeloupe: Documents de stratégie* [online]. 2005 [cit. 2012-04-04]. Disponible sur: <http://www.cr-guadeloupe.fr/upload/documents/SRDEDEF3.pdf>

Le CNT. *Www.tourisme.gouv.fr* [online]. 06/12/2010 [cit. 2012-03-17]. Disponible sur: <http://www.tourisme.gouv.fr/cnt/presentation.php>

L'économie de la Martinique en 2011. In: *Note expresse N°147 - mars 2012* [online]. 10 mars 2012 [cit. 2012-04-07]. Disponible sur: http://www.iedom.fr/IMG/pdf/ne147_portrait_synthese_2011_martinique.pdf

Le diagnostic. In: *Conseil régional de Guadeloupe: Documents de stratégie* [online]. 2005 [cit. 2012-04-04]. Disponible sur: <http://www.cr-guadeloupe.fr/upload/documents/SRDEDEF2.pdf>

Mémento du tourisme: Édition 2010. In: *Memento du tourisme 2010 sur tourisme.gouv.fr* [online]. 04/07/2011 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2010/memento2010.pdf

Mayotte: Rapport annuel. In: *IEDOM* [online]. 2011 [cit. 2012-04-17]. Disponible sur: http://www.iedom.fr/IMG/pdf/ra2010_mayotte.pdf

Ministère de la culture [online]. 29 octobre 2011 [cit. 2012-04-28]. Disponible sur: <http://www.culturecommunication.gouv.fr/>

N° 547 Rapport d'information. In: *Guadeloupe et Martinique: d'un tourisme subi à un tourisme intégré* [online]. 24 mai 2011 [cit. 2012-04-01]. Disponible sur: <http://www.senat.fr/rap/r10-547/r10-5471.pdf>

Politique du tourisme. *Veille info tourisme* [online]. 01 août 2011 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: http://www.veilleinfotourisme.fr/62530453/0/fiche___pagelibre/&RH=1327483472721&RF=1327483472721

Portail internet de la Préfecture de Mayotte [online]. Avril 2008 [cit. 2012-04-17]. Disponible sur: <http://www.mayotte.pref.gouv.fr/>

Portail internet des services de l'Etat [online]. [cit. 2012-04-07]. Disponible sur: <http://www.martinique.pref.gouv.fr/>

Premiers résultats. In: *Insee: Services-Tourisme-Transports* [online]. 2011 [cit. 2012-04-09]. Disponible sur: http://www.insee.fr/fr/insee_regions/guadeloupe/themes/premiers_resultats/eft2010/Pr_eft2010_ga.pdf

Produit intérieur brut à Mayotte en 2009: Rapport annuel. In: *Insee* [online]. Novembre 2011 [cit. 2012-04-17]. Disponible sur: http://www.insee.fr/fr/insee_regions/mayotte/themes/infos/infos55/infos55.pdf

Région Guyane [online]. [cit. 2012-03-18]. Disponible sur: <http://www.cr-guyane.fr/>

Schéma Martiniquais de Développement Economique. In: *Conseil Régional de Martinique* [online]. [cit. 2012-04-15]. Disponible sur: http://www.cr-martinique.fr/francais/politiques/deveco/SMDE/docs-Synthese/smde_def.pdf

Sénat [online]. [cit. 2012-03-17]. Disponible sur: <http://www.senat.fr/>

Veille info tourisme [online]. 26 avril 2012 [cit. 2012-04-27]. Disponible sur: <http://www.veilleinfotourisme.fr>

ANNEXE 1: Le questionnaire

Ce questionnaire se rapporte à mon mémoire concernant le tourisme.

Je vous présente ici 5 pays 'exotiques'; l'objectif de ce questionnaire est de trouver comment ils sont (ou ne sont pas) connus en République Tchèque.

Pour répondre aux questionnes 2 – 6, veuillez utiliser le tableau au dessus d'eux.

1. Quelles langues étudiez-vous?
2. Savez-vous localiser les pays suivants? (Écrivez par exemple le sud d'Europe, Amérique du nord,...)
3. Est-ce que ces pays sont indépendants ou dépendants (sur quel état)?
4. Quelle est la langue officielle dans ces pays?
5. Quelle est la monnaie utilisée dans ces pays?
6. Avez-vous ou quelqu'un de votre famille ou vos amis déjà visité ces pays?

	Guadeloupe	Guyane	Martinique	Mayotte	Réunion
Question 2.					
Question 3.					
Question 4.					
Question 5.					
Question 6.					