



HAL
open science

Sauver le secteur touristique de la Polynésie française

Vincent Dropsy, Jean-Claude Oulé, Sylvain Petit, Yann Rival

► **To cite this version:**

Vincent Dropsy, Jean-Claude Oulé, Sylvain Petit, Yann Rival. Sauver le secteur touristique de la Polynésie française. 2020. hal-02925499

HAL Id: hal-02925499

<https://hal.science/hal-02925499>

Submitted on 29 Aug 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Sauver le secteur touristique de la Polynésie française

Par Vincent Dropsy, Professeur en sciences économiques, UPF

Jean-Claude Oulé, Professeur agrégé d'économie-gestion, diplômé d'expertise comptable, UPF

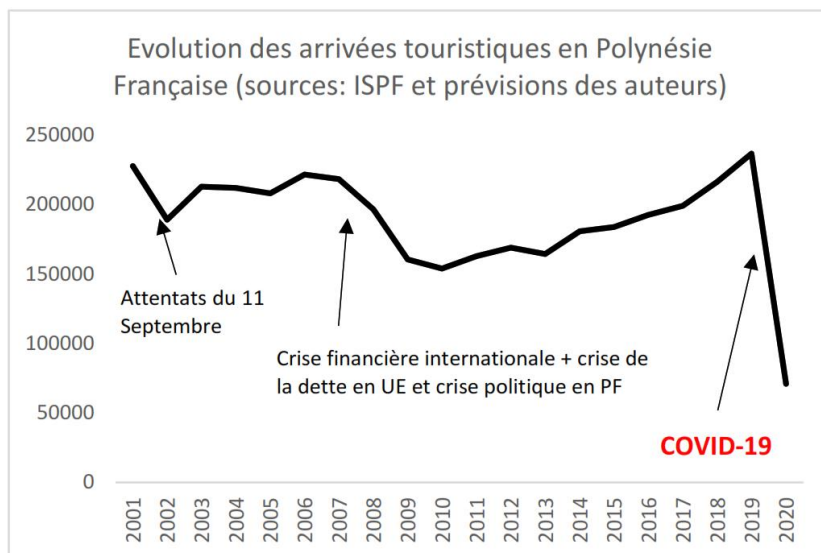
Sylvain Petit, Maître de conférences habilité à diriger les recherches en sciences économiques, responsable du projet « Tourisme & Résilience », UPF

Yann Rival, Maître de conférences en sciences de gestion et du management, co-directeur du CETOP, UPF

La disparition possible du tourisme en Polynésie française

La crise sanitaire due au COVID-19 a généré une dépression économique inédite, et des conséquences catastrophiques pour certains secteurs tels que les transports aériens et le tourisme international. Les scénarios de l'Organisation Mondiale du Tourisme, selon les dates possibles d'ouverture progressive des frontières internationales et l'assouplissement des restrictions de voyage, envisagent une baisse des arrivées touristiques au niveau mondial entre 58% (en cas de reprise en juillet) et 78% (en cas de reprise en décembre) pour 2020. Le graphique ci-dessous, qui suppose un scénario moyen pour la Polynésie française d'une baisse d'environ 70% (correspondant à nos hypothèses actuelles), aide à se rendre compte de l'ampleur des dégâts, en sachant que selon les estimations de l'ISPF, les dépenses touristiques correspondaient à 11,2% du PIB en 2018.

D'un point de vue économique, il serait catastrophique d'envisager la disparition du secteur du tourisme qui est la principale ressource propre de la Polynésie française et son moteur de développement depuis le Pacte de Progrès de 1994, dont l'objectif était de préparer la reconversion économique post C.E.P. On comprend donc bien l'enjeu du moment. La déflagration de la crise sur le tourisme mondial est inédite et provoquera des disparitions d'entreprises, et en particulier de structures hôtelières (un



phénomène malheureusement courant à Tahiti et dans ses îles), mais aussi de destinations touristiques. La Polynésie française, à moyen terme, en tant que destination joue sa survie, car elle est très vulnérable du fait de son isolement géographique, son éloignement des grands marchés émetteurs, et les immenses défis que la crise du COVID-19 ont généré pour les transports aériens internationaux. En effet, l'association internationale

des transports aériens IATA prévoit que leur niveau de 2019 ne sera pas atteint de nouveau avant 2024. De plus, nous sommes une petite destination touristique insulaire avec de très faibles économies d'échelle, et nos coûts sont beaucoup plus élevés que d'autres destinations.

Dans ces conditions, serait-il possible d'envisager une politique de fermeture des frontières jusqu'à la disparition du coronavirus, ou raisonnable d'imposer aux touristes une quatorzaine à l'arrivée qui les dissuaderait presque tous de venir ? Nous ne le pensons pas. L'OMS a récemment déclaré que "ce virus pourrait devenir endémique dans nos communautés, il pourrait ne jamais disparaître". Attendre l'arrivée d'un vaccin pour relancer le tourisme est beaucoup trop risqué, car la destination pourrait avoir disparu

d'ici là, ce qui entraînerait une chute permanente du niveau de vie dans le long terme, avec des conséquences néfastes, dont une hausse de la mortalité.

Parier sur un « tourisme endogène » n'est pas soutenable financièrement pour les structures hôtelières, dont le seuil de rentabilité nécessite un coefficient moyen de remplissage d'environ 60%¹, puisque la clientèle locale ne représente qu'environ 15% du chiffre d'affaires des hôtels.

Il est donc nécessaire de relancer la destination touristique dès maintenant, en prenant les précautions nécessaires pour minimiser les risques d'épidémie, et en maximisant le niveau de confiance de la population locale et des touristes internationaux. Par exemple, en balisant les « zones ouvertes » aux touristes (en fonction des capacités de prise en charge des cas de COVID-19 détectés), en testant tous les touristes (au départ, à l'arrivée, à intervalle régulier pendant le séjour, au retour), en testant le « personnel à risque » (personnels hôteliers ; prestataires touristiques en contact avec la clientèle), en suivant les parcours effectués par les touristes, en créant un lieu dédié aux confinements pour les touristes ayant le virus en cours de séjour.

La crise économique actuelle est due à un choc d'offre et un choc de la demande. De plus, la crise sanitaire sous-jacente est empreinte d'un niveau d'incertitude très élevé quant à son dénouement. Par conséquent, il est impératif de restaurer la confiance pour sauver le tourisme en Polynésie française.

Restaurer la confiance des touristes, des professionnels mais aussi de la population

Parmi les facteurs influençant la demande touristique internationale et qui sont tous impactés négativement (comme le revenu des touristes), il y en a un particulier à considérer : le temps disponible. Une éventuelle quatorzaine systématique imposée aux visiteurs internationaux (partagée ou non) n'est pas compatible avec un séjour dans notre destination. De plus, deux nouveaux paramètres sont à prendre en compte dans le contexte de pandémie: la sécurité sanitaire et la confiance. Le fait que l'épidémie ait été bien évitée à Tahiti et dans ses îles est un élément marketing important pour rassurer les futurs touristes. Mais il est également crucial que de « nouvelles règles sanitaires » soient claires et précises pour ces touristes, afin d'éviter un sentiment de mise en danger (sans perdre le sentiment d'accueil et d'authenticité de la population polynésienne).

Ainsi, la labélisation sanitaire des hébergements et des destinations est la priorité avant la réouverture des frontières. Les leaders de l'hôtellerie mondiale (Marriott, Hilton, IHG, Accor), les consultants internationaux spécialisés dans l'hôtellerie, les organisations professionnelles ont tous, dès le début de la crise, engagé ou encouragé une démarche de labélisation sanitaire visant à rassurer clients et employés. Nul doute que les hôtels polynésiens affiliés aux groupes internationaux bénéficieront de labels.

Mais il est également nécessaire de rassurer les touristes sur l'état sanitaire de la destination et sur les autres formes d'hébergement et d'activités touristiques. Dans de nombreuses destinations, les pouvoirs publics prennent des initiatives pour préparer la communication post crise et proposent des solutions de labélisation aux hôteliers indépendants, labels « Clean & Safe » au Portugal, « Now, safety and smiling » au Vietnam. La Polynésie française va se préparer à la bataille de communication qui aura lieu dès les premiers signes de reprise entre les destinations touristiques sur le thème de la sécurité sanitaire.

Les professionnels du tourisme ont également besoin d'être rassurés, en recevant d'abord d'importants soutiens financiers pour survivre et en obtenant de la visibilité de la part des autorités pour relancer le

¹ Le parc hôtelier polynésien s'est réduit de 7 hôtels entre 2009 et 2013 alors que le coefficient moyen de remplissage était devenu inférieur à 60%

tourisme dans les plus brefs délais, faute de quoi l'immense majorité des acteurs de ce secteur disparaîtront, ainsi que des milliers d'emplois directement ou indirectement liés au tourisme.

En premier lieu, les établissements hôteliers et les transporteurs aériens sont les entreprises les plus dépendantes du tourisme, les plus intensives en main d'œuvre, et donc celles qu'il est nécessaire d'aider financièrement pour éviter leurs faillites et une hausse massive du chômage.

Les hôtels ne perçoivent plus aucune recette, mais continuent de payer des charges importantes. La masse salariale représente entre 35% et 50% du chiffre d'affaires dans l'hôtellerie. La priorité opérationnelle a été de réduire cette charge par tous les moyens possibles. En effet, les possibilités d'action sur les autres coûts significatifs sont limitées : le food cost disparaît du fait de la fermeture des restaurants et les coûts d'occupation (loyers, leasing, amortissements) qui représentent entre 20% et 25% du chiffre d'affaires ne peuvent pas être significativement réduits à court terme sauf accord avec les propriétaires des murs et les banques.

L'ampleur des mesures prises partout dans le monde pour réduire la masse salariale dépend de plusieurs facteurs :

- la législation locale du travail plus ou moins permissive pour réduire les temps de travail ou les effectifs,
- la nécessité de disposer d'un personnel suffisant lors de la reprise,
- les efforts de réduction de salaires consentis volontairement par les employés,
- et, bien sûr, l'importance des aides publiques.

Sans aides publiques de soutien au maintien de l'emploi, beaucoup d'hôtels seront rapidement en cessation de paiement, situation que les dirigeants d'entreprise ont obligation de déclarer au Tribunal de commerce. Débutent alors des procédures collectives qui peuvent conduire à la continuation, la reprise ou la disparition de la société d'exploitation mais qui, dans tous les cas, prennent du temps et engendrent un « effet domino » pour les prestataires.

Les compagnies aériennes polynésiennes sont également dans une situation financière très difficile. Au total, environ 2000 emplois directs sont en jeu. Il serait logique qu'Air Tahiti Nui bénéficie d'un aide financière proportionnelle à celle qu'Air France vient de d'obtenir du gouvernement français (environ 45% de son chiffre d'affaires annuel), pour des raisons stratégiques encore plus évidentes (continuité territoriale, importance du tourisme, ...). De même, Air Tahiti maintient un lien absolument crucial entre Tahiti et 47 de ses îles, lien qui est financé en très grande partie par le tourisme. En attendant la relance de ce secteur, l'entreprise ne pourra donc survivre qu'avec des aides publiques massives.

La garantie d'un soutien public suffisant pour éviter l'asphyxie de ces hôtels et compagnies aériennes leur permettra de sauvegarder leurs réservations non encore annulées (juillet et août présentent encore des taux de réservation relativement satisfaisants), de reconstruire non seulement leur avenir en tant qu'entreprises, mais aussi celui de l'économie polynésienne dont le développement repose encore et toujours sur le tourisme international. Le dernier élément de confiance à retrouver concerne la population locale : il est nécessaire de réassurer la population en expliquant que les mesures sanitaires mises en place rendent acceptable le niveau de risque sanitaire en comparaison au risque social lié à un arrêt du tourisme en Polynésie française. Avec une réouverture des frontières, en prenant les précautions sanitaires nécessaires pour rassurer les touristes, et un soutien financier aux professionnels, il sera possible d'espérer voir la lumière au bout du tunnel ...