

INSTITUT D'ÉMISSION DES DÉPARTEMENTS D'OUTRE-MER

**LES NOTES
DE L'INSTITUT D'ÉMISSION**

Le tourisme à la Réunion

Janvier 2004

Cette note a été réalisée dans le cadre d'un stage effectué à l'IEDOM
par Mlle Korachais, en 2^e année de magistère de développement économique
au CERDI, Université d'Auvergne.
Qu'elle soit ici remerciée.

SOMMAIRE

	Pages
Introduction	3
I. Le poids du secteur hôtels-restaurants dans l'économie réunionnaise	4
1) Structure de l'économie réunionnaise.....	4
2) Les performances économiques du secteur	4
a) Les retombées de l'activité touristique dans l'économie réunionnaise	4
b) Une contribution croissante du secteur hôtels-restaurants à la création de la valeur ajoutée marchande de l'île	5
c) Une offre d'emplois en constante augmentation.....	6
3) La mise en valeur du tourisme à la Réunion : les caractéristiques de l'offre	6
a) La promotion d'un tourisme original.....	6
b) Une offre d'hébergement diversifiée répondant aux différents types de tourisme	7
c) Les acteurs de la promotion touristique	9
II. Les fragilités du secteur touristique à la Réunion	11
1) La desserte aérienne conditionne les flux touristiques	11
a) Le trafic aérien domine très largement la desserte de l'île	11
b) Le trafic avec la métropole réorganisé suite à la cessation d'activité de plusieurs compagnies aériennes.	12
c) Les acteurs du trafic dans la zone Afrique océan Indien	12
d) Le prix du transport	13
2) Une économie touristique largement orientée vers la métropole ..	14
3) Un secteur dépendant des tours opérateurs et soumis à la concurrence des îles voisines	14
III. Le secteur de l'hôtellerie-restauration : caractéristiques et performances	15
1) Une offre d'hébergement mal maîtrisée.....	15
a) Stagnation du taux d'occupation dans l'hôtellerie classée en raison d'une progression parallèle de l'offre et de la demande ..	15
b) L'offre d'hébergement confrontée à la saisonnalité de la demande	17
2) Les indicateurs de rentabilité	17
a) Le prix moyen par chambre (PMC).....	17
b) Le Revenu moyen par chambre disponible des hôtels classés	18
c) L'effectif moyen par chambre.....	19
3) Encours bancaires des entreprises du secteur et perspectives de développement.....	19
a) Les encours de crédits déclarés par les établissements de crédit...	19
b) Les perspectives d'extension du parc hôtelier	20
Conclusion	21
Annexes	22

Introduction

Le tourisme dans les départements d'outre-mer est apparu comme une alternative particulièrement intéressante aux secteurs traditionnels et s'est rapidement imposé comme nouveau moteur économique des DOM.

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, le tourisme est la branche d'activité qui affiche la croissance la plus forte du monde. Au cours des seize dernières années, les recettes du tourisme international ont progressé de 9 % en moyenne par an. En outre, les retombées dans les économies locales ne sont pas négligeables : emploi, investissements d'infrastructure, recettes fiscales, recettes en devises... Au total, le tourisme international et interne représente 10 % du Produit intérieur brut (PIB) mondial.

En France, la promotion du secteur touristique constitue l'une des priorités des programmes de développement de l'Outre-mer. La loi de programme pour l'Outre-mer 2003 en fait d'ailleurs largement l'écho.

Les interventions publiques sont de nature diverse : défiscalisation, aides européennes dans le cadre du DOCUP (Document unique de programmation), aides directes des ministères du Tourisme et de l'Outre-mer. Ces aides interviennent à différents niveaux : construction et réhabilitation de structures hôtelières, financement de campagnes d'information et de promotion du tourisme dans les DOM, aides à la formation du personnel local ou encore aides indirectes d'accompagnement telles que l'embellissement des centre-ville ou le développement des transports urbains.

Il est de tradition d'utiliser le cas des Antilles comme support des études menées sur le tourisme dans les DOM. Nous avons choisi ici de nous consacrer à l'analyse de la branche tourisme à la Réunion. En effet, ce département a choisi de promouvoir un concept original : celui du tourisme « vert-bleu » (tourisme de randonnées associé à un tourisme balnéaire). Par ailleurs, la Réunion, de par son positionnement géographique dans l'océan Indien, à proximité de Madagascar et de Maurice, ainsi que par sa diversité culturelle et géologique, représente une destination à fortes potentialités. Les perspectives de l'Organisation mondiale du tourisme sont d'ailleurs très optimistes puisqu'elles évaluent à 1 million le nombre de touristes visitant l'île en 2020. Ce chiffre était de 426 000 en 2002.

L'objectif de cette étude est tout d'abord d'évaluer le poids du tourisme dans l'économie locale, d'en présenter les caractéristiques et les faiblesses, et, enfin, d'analyser la situation économique du secteur de l'hôtellerie à la Réunion.

I. Le poids du secteur hôtels-restaurants dans l'économie réunionnaise

A défaut de comptes satellites regroupant l'ensemble de l'activité de la branche tourisme, nous analyserons plus spécifiquement le secteur hôtels-restaurants.

1) Structure de l'économie réunionnaise

La Réunion, avec un PIB de 8,2 milliards d'euros en 1999¹, représente 0,61 % du PIB national, soit une contribution deux fois plus élevée qu'en 1970.

L'économie réunionnaise est la plus dynamique des départements d'outre-mer avec une croissance annuelle moyenne **en valeur**, entre 1993 et 1999, proche de 6 %. Sur cette période, la croissance des économies guadeloupéenne et martiniquaise était respectivement de 4,9 % et 4,7 %, celle de la métropole de 3,5 %.

L'économie réunionnaise est dominée par le secteur tertiaire qui contribue pour 72,3 % à la création de la valeur ajoutée marchande de l'île en 1999. Cette part est sensiblement supérieure à celle observée en métropole à cette date (54 % environ). Entre 1993 et 1999, la valeur ajoutée marchande créée par le secteur tertiaire, dans son ensemble, a progressé de 36,3 % et celle créée par le secteur des hôtels-restaurants de 117,1 %.

2) Les performances économiques du secteur

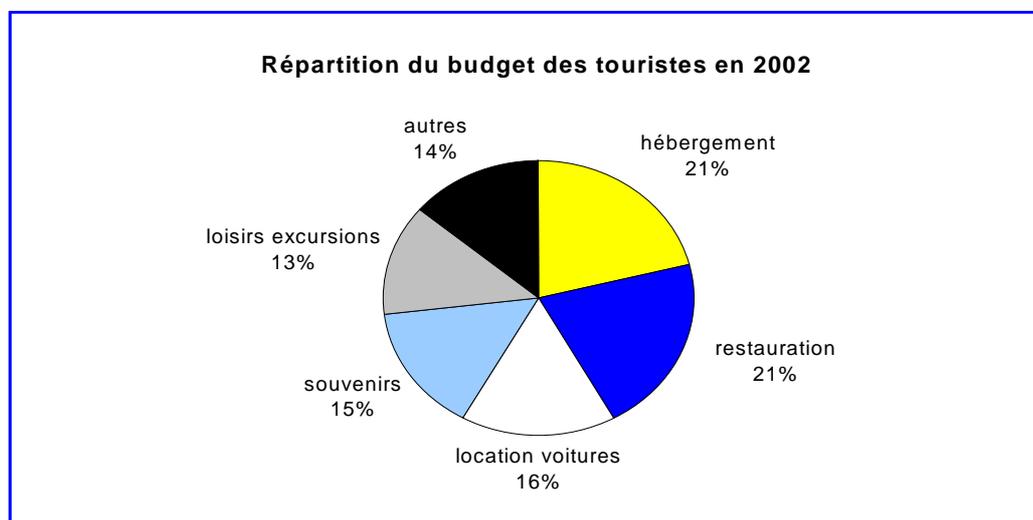
a) Les retombées de l'activité touristique dans l'économie réunionnaise

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a mis en évidence les qualités économiques du tourisme et notamment :

- des **gains à l'exportation** : le tourisme est l'activité qui rapporte le plus de bénéfices à l'exportation,
- de l'**emploi** : dans la branche tourisme, la création d'emplois progresse une fois et demie plus vite que dans les autres branches,
- des **investissements d'infrastructures** : aéroports, routes, infrastructures portuaires, réseaux de traitement des eaux, restauration de monuments historiques ; investissements induits ou favorisés par le développement du tourisme,
- des **recettes fiscales** : taxes d'hébergement et de restaurant, taxes d'aéroport, impôts sur les revenus salariaux ... qui rapportent selon l'OMT des centaines de millions de dollars aux Etats concernés,
- du **Produit intérieur brut** : le tourisme international et interne représente 10 % du produit brut mondial.

¹ Source : INSEE Réunion

A la Réunion, le montant des dépenses des touristes a atteint 302 millions d'euros en 2002¹. Si l'on y ajoute les dépenses réalisées avant le départ et qui profitent directement à l'île, l'impact économique du secteur avoisine 347 millions d'euros, soit une hausse de 10,5 % par rapport à 2001. Ces recettes ont représenté 158 % de la valeur des exportations de biens de la Réunion en 2002 contre 137 % en 2001.



Source : Enquête CTR – INSEE 2002

b) Une contribution croissante du secteur hôtels-restaurants à la création de la valeur ajoutée marchande de l'île

En 1999, le secteur hôtels-restaurants a contribué pour 3,2 % à la création de la valeur ajoutée marchande de l'île (2 % de la valeur ajoutée totale), soit une hausse de 1,1 point par rapport à 1993.

A l'inverse, aux Antilles, la part du secteur hôtels-restaurants dans la valeur ajoutée brute totale a diminué de 1 point à la Martinique sur la même période et de 0,7 point à la Guadeloupe.

Selon la méthode des effets (cf. annexe 1), l'impact économique annuel de la branche hôtels-restaurants dans l'économie réunionnaise est estimé à près de **252 millions d'euros** dans sa totalité. Les effets primaires directs (la valeur ajoutée directement créée) et indirects (accroissements de valeur ajoutée créée dans l'économie du fait de l'augmentation des productions locales induites) s'élèvent à près de **171 millions d'euros**.

Les effets secondaires, correspondant aux créations de valeur ajoutée liée à la distribution supplémentaire de revenus par la branche hôtels-restaurants, s'établissent à **81,6 millions d'euros**, ce qui signifie que la valeur créée dans l'économie induit plus de richesses que d'importations (11 millions d'euros).

¹ Source : INSEE Réunion

c) Une offre d'emplois en constante augmentation

Le Bureau international du travail considère le tourisme comme l'une des activités les plus dynamiques en terme de création d'emploi : un emploi dans le secteur direct du tourisme engendre environ 1,5 emploi supplémentaire (indirect) dans les activités économiques liées au tourisme.

A la Réunion, en 2000, 6 797 emplois étaient liés à l'activité touristique¹ dont 1/5 dans le secteur de l'hôtellerie, premier employeur touristique de l'île, suivi du secteur des cafés restaurants (16,5 %) et du secteur des transports aériens et routiers (15,2 %).

Entre 1996 et 2000, le nombre d'emplois dans la branche tourisme a progressé de 25,5 %.

Les emplois sont majoritairement des emplois salariés : 78,6 % des emplois de la branche. Les non-salariés représentent 18,1 % des emplois et les saisonniers 3,25 %.

Le secteur des hôtels-restaurants représente un peu plus de 4 % du total des emplois salariés de l'île en 2001. Même si cette proportion reste relativement faible comparée à la Guadeloupe, par exemple, où l'effectif salarié représente plus de 9 % de l'emploi salarié total en 2001, la progression de l'effectif dans ce secteur a été notable en quatre ans. Le nombre d'emploi salarié dans le secteur des hôtels-restaurants a progressé de 26 % entre 1997 et 2001 alors que, sur la même période, il n'a progressé que de 8 % dans le secteur de l'agriculture-pêche-sylviculture et de 16 % dans le BTP.

10 % des emplois dans le secteur bénéficient d'une aide publique (Contrat d'accès à l'emploi, Contrat d'insertion par l'activité, Contrat emploi consolidé...). Cette proportion est comparable à celle observée dans l'ensemble des autres secteurs d'activité au niveau régional.

3) La mise en valeur du tourisme à la Réunion : les caractéristiques de l'offre

a) La promotion d'un tourisme original

La Réunion a fait un choix touristique original, à la fois dans la variété des activités proposées et dans le choix du tourisme « vert » comme produit d'appel plutôt que le tourisme balnéaire (à l'inverse des Antilles ou de Maurice par exemple).

Ce choix s'explique par la géologie de l'île. En effet, les deux tiers de sa superficie sont couverts par un espace montagneux : « Les Hauts ».

La Réunion a donc choisi de valoriser cet atout en classant une grande partie de son territoire (60 %) « Zone Naturelle d'Intérêt Ecologique Faunistique et Floristique » (ZNIEFF). De nombreuses activités sportives se sont développées afin de profiter de ce créneau : canyoning, VTT, randonnées, équitation...

Par ailleurs, l'île s'est dotée d'un Comité d'Aménagement des Hauts dont l'objectif est de coordonner l'aménagement du massif montagneux.

¹ Source : Enquête Comité du Tourisme de la Réunion (CTR) Détente juin 2000

La Réunion a également fait le choix de la diversité et de la complémentarité. Dans la partie ouest de l'île, l'accent a été mis sur la promotion du tourisme balnéaire et l'aménagement des plages. La croissance de la fréquentation touristique de l'île a d'ailleurs favorisé la mise en place de multiples activités nautiques : centres de plongée sous-marine, parc aquatique, pêche au gros...

Parallèlement à ces activités, l'île dispose, du fait de son passé historique et de sa diversité culturelle, d'un potentiel touristique ethno-culturel. Celui-ci reste embryonnaire et ne constitue pas un premier motif de déplacement sur l'île. Dans le cadre du dernier contrat de Plan Etat-Région, cet axe touristique s'est vu attribuer une aide directe de 0,55 million d'euros, soit 3,2 % du montant total de l'aide au secteur.

Enfin, le cadre de vie à la Réunion représente un atout majeur pour la promotion du tourisme sur l'île. En effet, la Réunion est la seule région européenne de la zone océan Indien. A ce titre, elle offre des infrastructures hospitalières performantes, de très bonnes conditions sanitaires et d'hygiène et enfin un cadre politique et social stable.

b) Une offre d'hébergement diversifiée répondant aux différents types de tourisme

Le premier type d'hébergement sur l'île est l'accueil chez les particuliers (parents, amis), qui représente 45 % du total. Les hôtels se placent en seconde position avec près de 33 % du marché¹.

Selon les régions, le type de clientèle hôtelière varie. La clientèle d'affaires se retrouve principalement dans la région de Saint-Denis. La région Ouest est davantage orientée vers le tourisme balnéaire. Cette région offre en outre la plus grande capacité d'hébergement en hôtels classés avec 51 % de la capacité totale en 2002. Enfin, les régions des Hauts, du Sud et de l'Est sont plus orientées vers le tourisme « vert » avec des hôtels de petite taille. Ces trois dernières régions concentrent 20 % de la capacité d'hébergement en hôtels classés.

Au total, la Réunion dispose de 7 300 lits en hôtels classés, soit deux fois moins qu'aux Antilles et près de 3 fois moins qu'à Maurice. A l'inverse, la Réunion est le département français d'outre-mer disposant de la plus grande capacité d'accueil en hébergement alternatif avec un total de 2 700 lits, loin devant la Martinique (1 800), la Guadeloupe (1 300) et la Guyane (250).

La part des locations de meublés, même si elle reste encore faible, a connu une forte croissance entre 1995 et 2002, passant de 3 % de l'hébergement total en 1995 à 6 % en 2002. L'offre de meublés classés représentait, en 2002, 832 lits. L'offre de meublés non classés, mal connue, serait deux à trois fois supérieure.

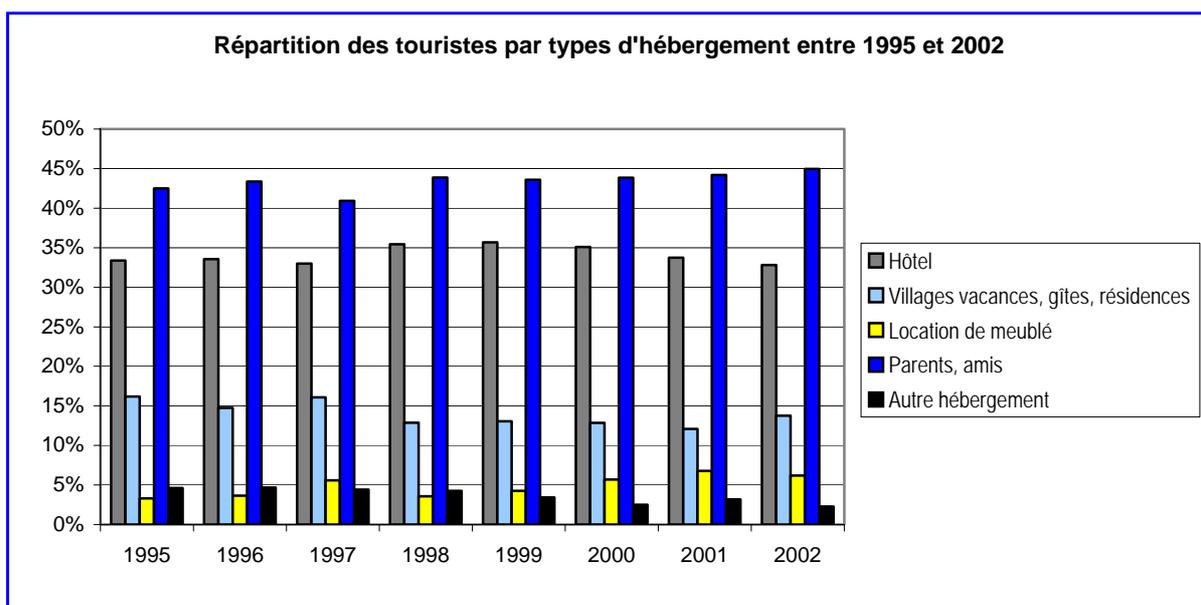
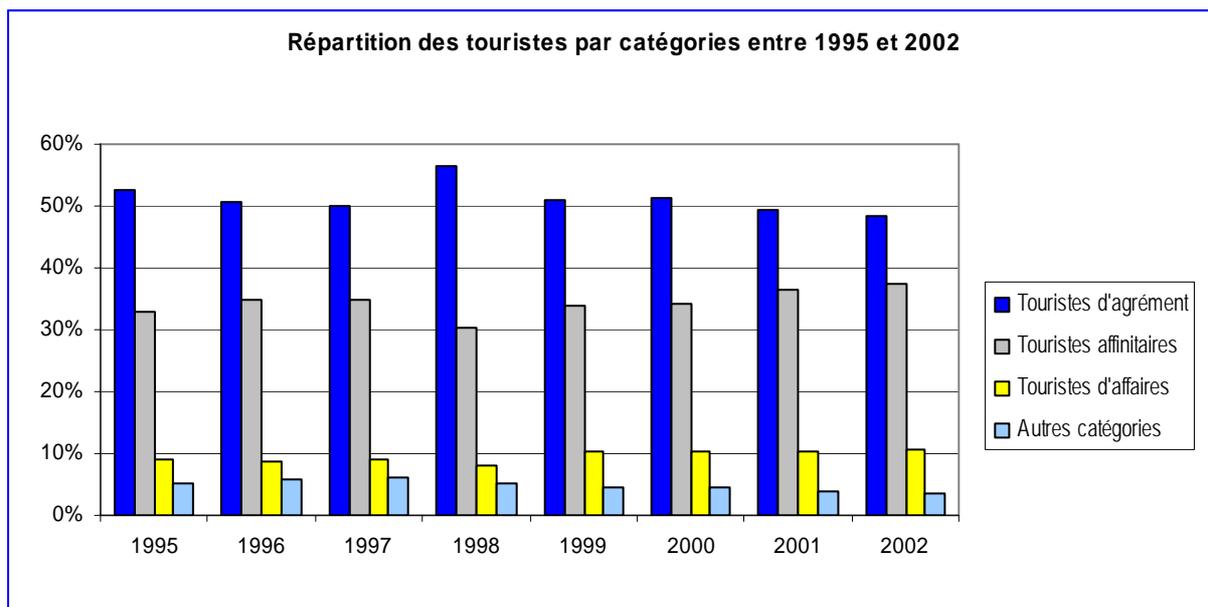
Les gîtes et chambres d'hôtes totalisent une offre de 1 858 lits. Le développement de ce type d'hébergement est relativement récent sur l'île. En effet, en 1985, on totalisait 111 structures de ce type. Aujourd'hui, elles sont au nombre de 459. Cette forte progression a surtout été sensible sur la période 1997-2000 et a notamment concerné les chambres d'hôtes.

Le poids que représentent l'hôtellerie et l'accueil chez les particuliers (près de 80 % de l'hébergement) s'explique par la nature du tourisme sur l'île. En effet, même si les touristes

¹ Source : Enquête 2002 INSEE – CTR sur la fréquentation touristique à la Réunion

d'agrément (la motivation du voyage est la découverte du pays) demeurent majoritaires avec 48,2 % du total des touristes en 2002, les touristes affinitaires (l'objet du séjour est en premier lieu la visite à des parents et amis) représentent 37,5 % du total en 2002, soit une hausse de 4,6 points par rapport à 1995. Le tourisme d'agrément a, quant à lui, connu un léger fléchissement sur cette période puisqu'il représentait, en 1995, 52,6 % du total des touristes. Enfin, les touristes d'affaires représentent 10,7 % du total des touristes en 2002, soit une hausse de 1,6 point par rapport à 1995.

Les deux graphiques ci-après montrent l'évolution comparée du poids de chaque catégorie de touristes et celui de chaque type d'hébergement entre 1995 et 2002.



c) Les acteurs de la promotion touristique

Plusieurs acteurs locaux interviennent dans la promotion du tourisme réunionnais : le Comité du tourisme de la Réunion (CTR), les relais départementaux Gîtes de France et Maison de la Montagne, Loisirs Accueil et la Fédération réunionnaise des offices de tourisme et des syndicats d'initiative (FROTSI). Ces structures sont entièrement financées par les pouvoirs publics à l'exception de Loisirs Accueil qui s'autofinance à hauteur de 40 % et Gîtes de France, financés à 100 % par les cotisations de ses adhérents (cf. annexe 2).

De manière globale, le secteur public joue un rôle important dans le financement de la promotion du secteur. Compte tenu du poids que représente l'activité touristique dans l'économie locale et de son potentiel de développement, les interventions publiques se sont multipliées. Dans le cadre du contrat plan passé entre l'Etat et la Réunion pour la période 2000-2006, l'Etat, la Région et le Département ont prévu d'allouer un montant total de 16,86 millions d'euros au secteur du tourisme. Les principales interventions se déclinent de la façon suivante :

- **La Région**

Mesures	Objectifs
Hôtels classés de tourisme	<ul style="list-style-type: none">- Faire de la Réunion une destination touristique reconnue sur le plan international- Accroître et améliorer quantitativement et qualitativement le parc hôtelier classé de tourisme en encourageant la création, la rénovation d'hébergement de qualité, l'investissement en équipement péri-hôtelier.- Soutenir la création d'hébergement au caractère local fort, en adéquation avec la demande de produit authentique.
Contrats de station	<ul style="list-style-type: none">- Organiser le développement de l'offre touristique dans les stations en soutenant des actions concernant :<ul style="list-style-type: none">* La réalisation d'une étude de mise en œuvre opérationnelle de la station* L'installation de la station* La réalisation d'études* L'ingénierie et l'assistance technique spécialisée dans la mise en œuvre des actions* Le soutien à la création, la modernisation des produits touristiques dans le périmètre de la station* La conception et la mise en œuvre d'une politique de promotion locale de communication, d'animation et de mise en marché du produit.
Soutien aux structures de développement touristique	<ul style="list-style-type: none">- Soutien financier aux organismes œuvrant pour l'amélioration du produit touristique
Enrichissement des compétences du tourisme	<ul style="list-style-type: none">- Elever le niveau de performances des entreprises hôtelières et touristiques en favorisant le recours à des compétences externes- Encourager les entreprises de loisirs touristiques et hôtelières à recruter des personnels qualifiés, affectés à des fonctions d'encadrement nouvelles créées dans l'entreprise afin d'évaluer, concevoir, améliorer les projets ou produits touristiques.

- **L'Etat**

Le secrétariat d'Etat au tourisme a défini un plan d'action en faveur du tourisme outre-mer qui bénéficie à l'ensemble des DOM et collectivités territoriales d'outre-mer. Ce plan comprend 16 mesures et couvre plusieurs domaines d'interventions : la mise en place d'indicateurs de mesures statistiques de l'activité touristique, des mesures d'exonération fiscale éligibles pour les travaux de rénovation et de réhabilitation des structures hôtelières, des aides à la formation de personnel qualifié, le financement de campagnes et d'organismes de promotion du tourisme... (cf. annexe 3).

En outre, le ministère de l'Outre-mer a défini, en 2003, dans sa loi de programme pour l'Outre-mer une série de mesures visant à aider les entreprises de la branche tourisme.

Secteurs concernés	Mesures
Hôtellerie	<ul style="list-style-type: none"> - Exonération à 100% du montant des cotisations patronales dans la limite d'un montant de rémunération égal au SMIC majoré de 50 %. - Taux de défiscalisation porté à 70% pour les travaux de réhabilitation hôtelière. - Possibilité d'imputer sur le revenu global des investisseurs les déficits provenant de l'exploitation des SNC intervenant dans le cadre des opérations de rénovation ou réhabilitation hôtelières, pour une durée de cinq ans. - Déplafonnement des amortissements pour une durée de cinq ans pour les opérations de rénovation ou réhabilitation hôtelières. - Possibilité pour les conseils généraux des DOM de consentir des exonérations de taxe de publicité foncière ou de droits d'enregistrement pour les acquisitions d'immeubles destinés à l'exercice de l'activité hôtelière.
Transport aérien, maritime et fluvial desservant l'Outre-mer	<ul style="list-style-type: none"> - Exonération à 100 % du montant des cotisations patronales dans la limite d'un montant de rémunération égal au SMIC majoré de 30 %.

Source : Loi de programme pour l'Outre-mer 2003

En résumé, quatre priorités ont été définies pour ce secteur par le contrat Plan Etat et le programme de développement régional. Les montants alloués à ces quatre axes de développement sont indiqués dans le tableau ci-dessous. Les données sont en millions d'euros.

Priorités	Etat	Région	Autres	Total	Pourcentage du montant total alloué au secteur
Amélioration de la qualité et de la commercialisation des hébergements touristiques	0,21	1,81	-	2,02	12
Organisation et mise en œuvre d'un dispositif de mesure stratégique de l'économie touristique	0,46	-	-	0,46	3
Adaptation des entreprises de tourisme aux évolutions du marché	0,53	1,65	-	2,18	13
Renforcement de l'attractivité du territoire	1,70	0,72	3,48	5,90	72
TOTAL	2,90	4,18	3,48	10,56	100

Source : Secrétariat d'Etat au Tourisme

Par ailleurs, une enveloppe d'aides d'un montant de 4,02 millions d'euros doit permettre de financer des actions ayant un impact direct sur le secteur du tourisme : protection et mise en valeur de l'environnement, valorisation du patrimoine architectural, rénovation de centres de vacances.

- **Fonds européens**

Dans le cadre de la politique régionale européenne, des fonds européens sont engagés pour appuyer des axes de développement clefs. Ces aides interviennent dans les domaines de l'aménagement et de l'équipement public de zones touristiques et de loisirs, de la formation et de la création d'emploi, de l'aménagement du territoire (infrastructures routières, aéroportuaires)...

Le tableau ci-dessous indique les sommes qui devraient être allouées au tourisme dans les DOM selon les prévisions du DOCUP pour la période 2000-2006.

	Fonds européens (FEDER) millions d'€	FEDER / Total	Total millions d'€
Guadeloupe	39,6	38 %	105,0
Guyane	4,9	18,5 %	26,4
Martinique	47,8	47,6 %	100,4
Réunion	38,4	40 %	95,2
Totaux	130,7	40 %	327,0

Source : Préfecture

II. Les fragilités du secteur touristique à la Réunion

1) La desserte aérienne conditionne les flux touristiques

a) *Le trafic aérien domine très largement la desserte de l'île*

Le trafic aérien représente 97,7 % du trafic passager. Six compagnies aériennes desservent l'île : Air France, Corsair, Air Austral, Air Mauritius, Air Madagascar et Air Bourbon. Elles couvrent sept destinations : la métropole, l'île Maurice (et Rodrigues), Mayotte, Madagascar, l'Afrique du Sud, les Seychelles et les Comores.

La Réunion dispose de deux aéroports : un aéroport international, Roland Garros, situé au Nord de l'île (commune de Sainte-Marie) et un aéroport régional au Sud (commune de Saint-Pierre).

Depuis 1990, plusieurs travaux d'extension et de modernisation de l'aéroport Roland Garros ont été entrepris afin d'absorber les flux liés à l'arrivée de nouvelles compagnies sur l'axe Réunion-Métropole ainsi que ceux liés à l'essor du trafic régional notamment avec Maurice. En outre, la construction d'une aérogare passagers d'une capacité d'accueil de 2,5 millions de passagers par an est en cours d'achèvement.

Le transport maritime reste quant à lui marginal et ne concerne que les échanges avec Maurice.

L'activité de croisière est également très faible. De manière globale, le poids du tourisme de croisière dans l'océan Indien représente 2,3 % du marché mondial¹.

b) Le trafic avec la métropole réorganisé suite à la cessation d'activité de plusieurs compagnies aériennes

Le paysage aérien réunionnais a été perturbé au cours de ces dernières années avec la cessation d'activité d'AOM et d'Air Liberté. Ces deux compagnies desservaient la métropole jusqu'à leur dépôt de bilan en juin 2000. En juillet 2001, elles ont été reprises par la société Holco et regroupées au sein d'une seule structure, Air Lib, qui a finalement arrêté ses activités en 2003. En 2002, la compagnie Aérolyon a également cessé ses activités à la Réunion. Deux nouvelles compagnies sont apparues sur cette ligne en juin 2003, Air Austral, qui n'avait que des liaisons régionales et Air Bourbon, créée par des intérêts privés, notamment réunionnais.

Air France et Corsair ont conforté leur position de leaders sur la ligne Paris-Réunion, avec respectivement 45 % et 26 % de parts de marché en 2002.

Au total, 58,3 % des passagers qui ont débarqué à la Réunion en 2002 étaient en provenance de métropole.

c) Les acteurs du trafic dans la zone Afrique océan Indien

Le trafic avec Maurice représente 28,6 % du trafic passagers de la Réunion. Deux compagnies assurent des rotations entre les deux îles : Air Austral² et Air Mauritius dont les parts de marché respectives en 2002 étaient de 50,7 % et de 49,2 %.

L'île Maurice, considérée au premier abord comme le premier concurrent de la Réunion dans le domaine du tourisme, pourrait au contraire se révéler être un partenaire stratégique en misant sur la complémentarité des deux îles (tourisme balnéaire d'un côté et de randonnées de l'autre). En effet, la Réunion, du fait de sa proximité géographique avec Maurice (l'aéroport de Maurice est situé à 200 km de la Réunion), pourrait tirer profit de l'attrait touristique de cette dernière (en 2001, Maurice a accueilli 2,1 fois plus de touristes que la Réunion). En outre, Maurice est considérée comme le « hub » de l'océan Indien et dessert 19 destinations. Le développement d'offres de séjours combinés Maurice-Réunion s'oriente en ce sens et devrait permettre à la Réunion de drainer une partie des touristes en visite à Maurice.

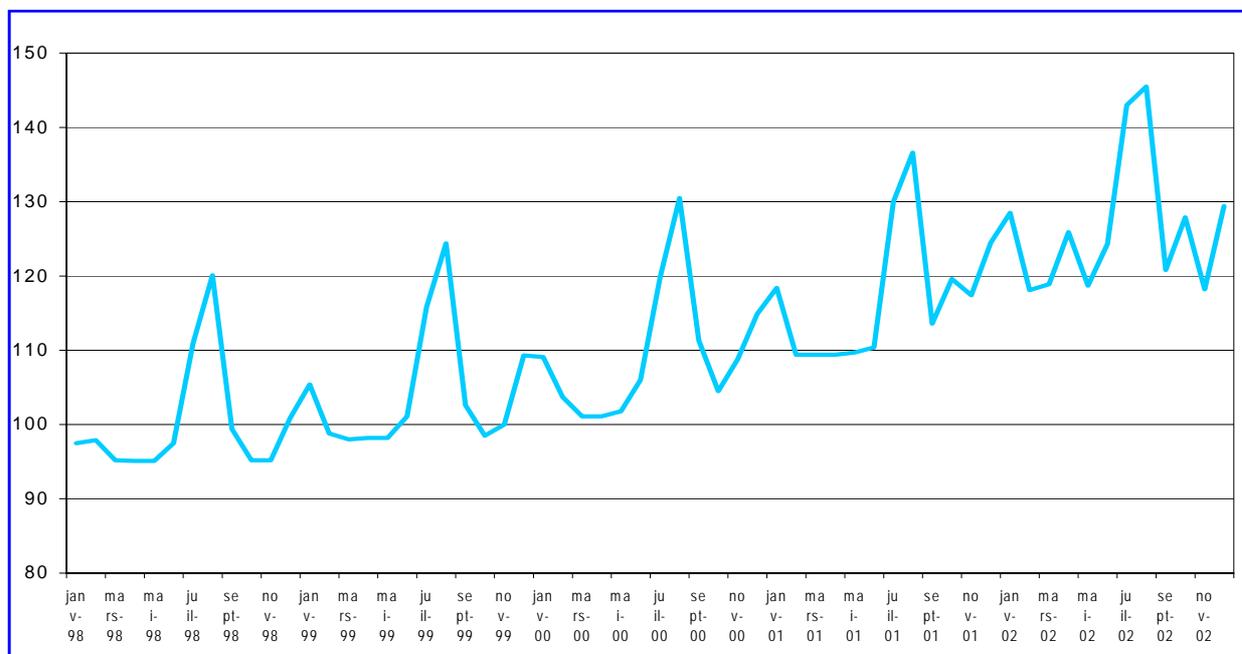
Le trafic avec Mayotte et Madagascar reste second, avec respectivement 6,9 % et 4,2 % du trafic passagers.

¹ Source : Rapport IEDOM 2001

² Au 31 mars 2001, la répartition du capital de cette compagnie était la suivante : 37,7 % détenu par Sematra (Conseil régional) ; 36 % par Air France ; 16,8 % par des établissements de crédit ; 8 % par la Caisse réunionnaise de retraite complémentaire ; 1,5 % autres.

d) Le prix du transport

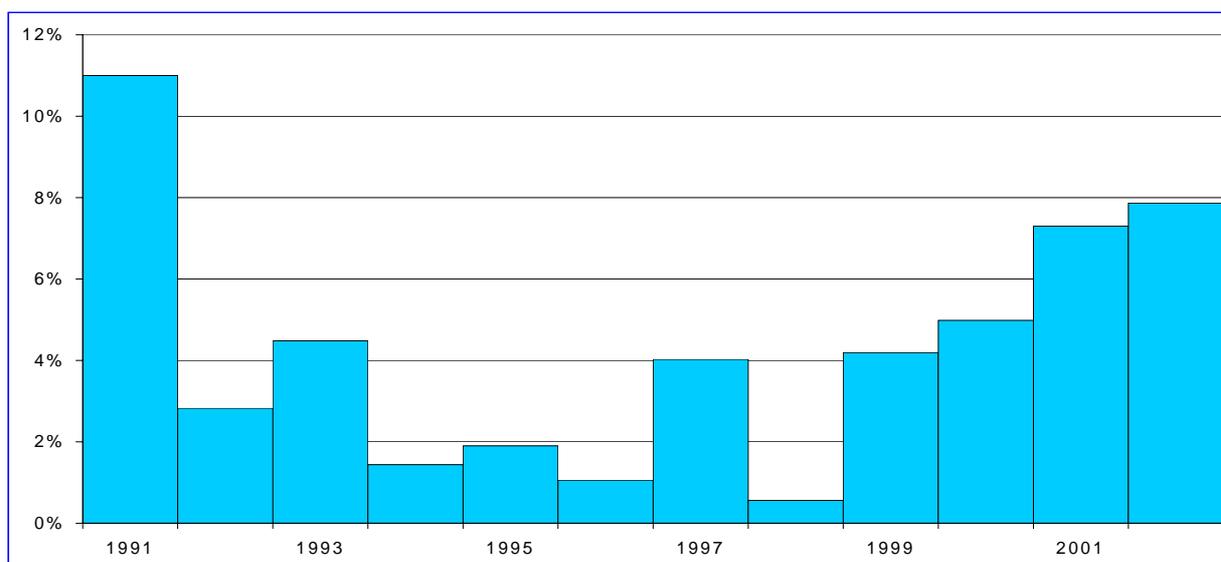
Les tarifs aériens sont soumis à la saisonnalité de la demande. Le graphique ci-dessous retrace l'évolution de l'indice des prix à la consommation des services de transport à la Réunion. Cet indice est constitué à 70 % par les prix du transport aérien et reflète donc relativement bien l'évolution des prix du transport aérien. Ce graphique met en évidence deux périodes durant lesquelles les prix augmentent : une haute saison, de juillet à septembre, et une mi-saison, de novembre à janvier. La basse saison s'étend de février à mai.



Source : INSEE Réunion – Indice base 100 en 1998

On remarque par ailleurs que le prix du transport aérien a progressivement augmenté durant la période considérée, notamment à partir de 2001.

Le graphique ci-dessous retrace l'évolution des prix du transport aérien depuis 1991.



Source : INSEE Réunion - Indice des prix du transport

2) Une économie touristique largement orientée vers la métropole

Tout comme aux Antilles, les touristes métropolitains représentent l'essentiel des touristes visitant l'île. Au cours des sept dernières années, les touristes en provenance de métropole ont représenté en moyenne 80 % du total des touristes. A la Guadeloupe, ils ont représenté 71 % des touristes en 2001.

Le tourisme avec les pays voisins est faiblement développé. Les Mauriciens, origine la plus importante derrière les Métropolitains, représentent moins de 10 % du total des touristes.

Le tableau ci-dessous montre la répartition, en pourcentage, des touristes selon leur pays d'embarquement.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
France (métropole)	82,0%	81,5%	81,3%	80,1%	77,3%	80,3%	77,4%	78,5%
Reste UE	1,8%	2,5%	2,8%	2,1%	3,1%	3,4%	3,4%	4,0%
Maurice	9,1%	8,5%	8,7%	9,5%	10,3%	8,6%	8,8%	7,2%
Madagascar	3,4%	2,2%	1,8%	2,6%	3,1%	1,7%	2,0%	ND
Total touristes	304 004	350 000	373 999	400 001	394 000	430 000	424 000	426 000

Source : Enquête annuelle CTR INSEE

Chez les touristes métropolitains, le tourisme d'agrément arrive en tête, avec 48,2 % des touristes en 2002 suivi du tourisme affinitaire. Toutefois, si la dépendance vis-à-vis de la clientèle métropolitaine est importante, cette dernière dispose d'un pouvoir d'achat plus élevé. En 2001, la durée moyenne de leur séjour était de 13,6 jours, soit près du double de celui d'un touriste mauricien (7,2 jours). En outre, le budget moyen d'un ménage métropolitain est nettement supérieur à celui d'un ménage mauricien, 2 738 euros contre 715 euros.

3) Un secteur dépendant des tours opérateurs et soumis à la concurrence des îles voisines

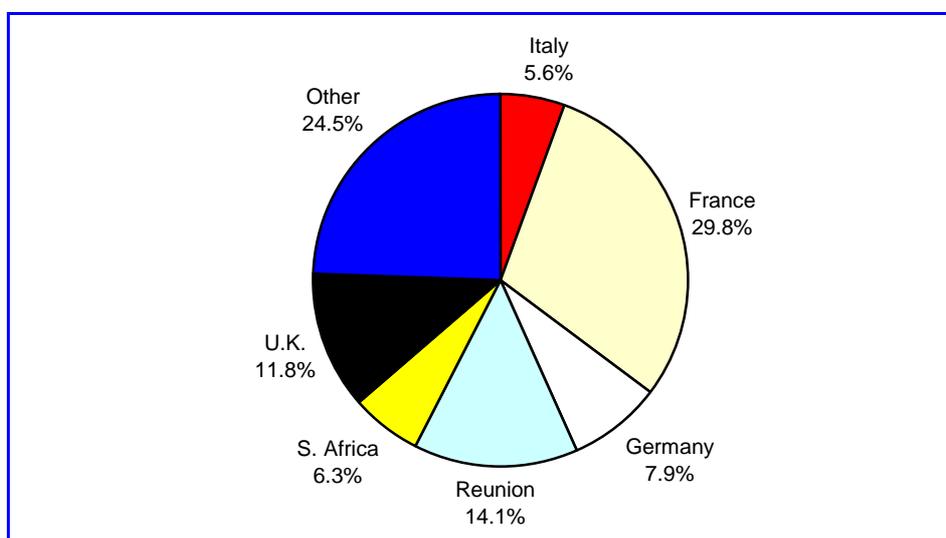
Selon une étude réalisée par Promotour en 1997, 60 % du chiffre d'affaires des hôtels est réalisé avec les agences de voyage et tours opérateurs. Cette proportion est cependant moins élevée qu'à la Guadeloupe où ces derniers ont représenté 72 % des réservations d'hôtels durant la haute saison 2002. Il n'en reste pas moins que l'économie touristique de l'île reste dépendante de ces voyagistes qui, en raison de leur poids sur le marché, bénéficient de prix sensiblement inférieurs au prix public.

Les prix pratiqués en faveur de ces opérateurs sont de 20 % à 50 % inférieurs au prix public affiché.

Par ailleurs, la concurrence des îles voisines est réelle et exigeante. L'île Maurice, principale concurrente de la Réunion, dispose d'un parc hôtelier de 95 établissements. En 2001, elle a accueilli 660 300 touristes, soit 1,6 fois plus que la Réunion la même année, le nombre de nuitées vendues a été six fois supérieur à celui de la Réunion et le taux d'occupation des chambres a atteint 66 %, contre près de 64 % à la Réunion. Cependant, ces données sont à relativiser. En effet, les deux îles ont fait des choix différents en matière touristique. Maurice a opté pour un tourisme haut de gamme avec une offre d'hébergement en conséquence (grands hôtels de luxe), alors que la Réunion a choisi de privilégier un tourisme « vert » et de développer l'hébergement alternatif.

En outre, la provenance des touristes est beaucoup plus variée à Maurice. Les touristes français y représentent 30 % du total des touristes en 2002 contre 80 % à la Réunion.

La provenance des touristes à Maurice en 2002 (en pourcentage)



Source : Central Statistics Office, Maurice

En 2000, le tourisme a contribué à hauteur de 11 % à la valeur du PIB de Maurice. Entre 2000 et 2001, les recettes touristiques ont progressé de 28 % pour atteindre en 2001 plus de 731 millions d'euros, soit un montant deux fois supérieur à celui dégagé à la Réunion la même année. En revanche, les dépenses touristiques moyennes par ménage sont légèrement inférieures à Maurice : 1 107 euros contre 1 196 euros à la Réunion en 2001.

III. Le secteur de l'hôtellerie - restauration : caractéristiques et performances

1) Une offre d'hébergement mal maîtrisée

a) Stagnation du taux d'occupation dans l'hôtellerie classée en raison d'une progression parallèle de l'offre et de la demande

Le nombre de nuitées en hôtel a quasiment triplé au cours des dix dernières années. Il passe de 389 000 nuitées en 1990 à 1 138 000 en 2001. Parallèlement, l'offre hôtelière a également fortement augmenté sur la même période : le nombre d'hôtels classés est ainsi passé de 38 en 1990 à 60 en 2001 et 63 en 2002. En conséquence, le taux d'occupation des chambres se maintient autour de 64 % (contre 66 % à Maurice en 2001). Le taux d'occupation des chambres 0 à 2 étoiles est légèrement supérieur à celui des 3 et 4 étoiles (65,8 % en 2002 pour la première catégorie contre 62,7 % pour la seconde).

Au cours des trois dernières années, l'hôtellerie réunionnaise semble avoir mieux résisté à la crise du secteur que l'hôtellerie antillaise. En 2000, le taux d'occupation des chambres à la Guadeloupe était supérieur de 3,6 points à celui observé à la Réunion (68,4 % à la Guadeloupe contre 64,8 % à la Réunion). En revanche, au cours des années 2001 et 2002, les taux d'occupation ont accusé un net repli à la Guadeloupe et se sont établis en 2002 à 54,8 % contre 64 % à la Réunion.

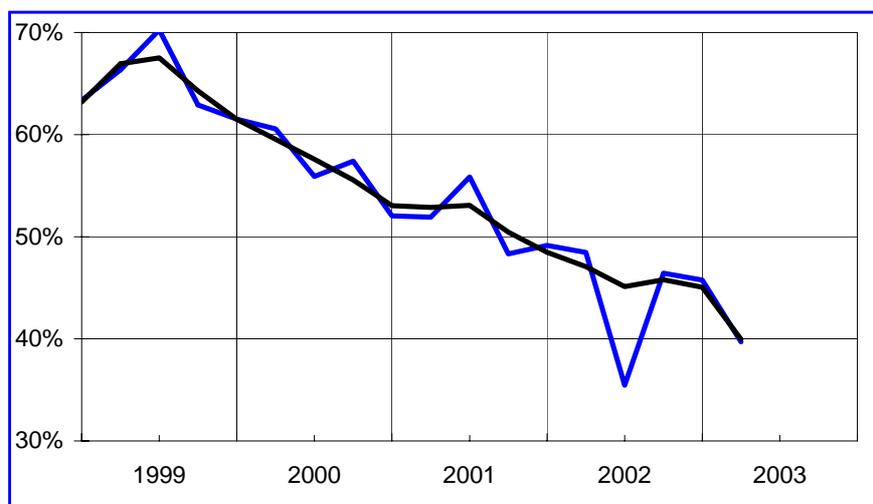
Taux d'occupation dans l'hôtellerie de 1995 à 2002 (en pourcentage)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Hôtels 0 à 2 étoiles								
Taux d'occupation des chambres	50,6	52,3	55,5	61,3	63,9	65,1	68,3	65,8
Hôtels 3 et 4 étoiles								
Taux d'occupation des chambres	58,6	62,1	63,9	65,5	64,0	64,5	60,2	62,6
Taux d'occupation								
dont : Région Saint-Denis	56,2	56,0	61,3	61,9	61,2	65,2	65,5	64,3
Région côte Ouest	61,7	64,8	67,2	67,3	67,5	65,4	62,2	64,1
Autres zones	44,2	49,4	48,0	57,4	59,4	62,1	64,8	63,3

Source : enquête annuelle INSEE - DRCAT

L'hébergement alternatif a connu une évolution contrastée. Les gîtes ruraux ont enregistré une très forte baisse de leur taux d'occupation ces dernières années à la Réunion. Outre l'accroissement de l'offre, cette baisse s'explique par la perte de marché des gîtes au profit des meublés et chambres d'hôtes. Selon la Maison de la Montagne de la Réunion, le marché aurait diminué de 10 % entre 1999 et 2002. Le taux d'occupation reste cependant légèrement supérieur à la moyenne nationale ainsi qu'au taux observé à la Martinique (31,9 % en 2002).

L'évolution du taux d'occupation dans les gîtes entre 1999 et 2003 (en pourcentage)



Source : Maison de la Montagne (données trimestrielles - CVS)

Les touristes réunionnais représentent une part non négligeable de la demande : 20 % pour les gîtes ruraux, 60 % pour les gîtes de montagne.

Les meublés de tourisme ont connu, quant à eux, une forte augmentation de leur demande (+ 50 % entre 2000 et 2002). Le taux d'occupation a toutefois diminué sur cette période en raison de la forte hausse de l'offre. Il passe de 56 % en 2000 à 51 % en 2002. Ce type d'hébergement est surtout développé dans l'Ouest de l'île où le nombre de nuitées est largement supérieur à celui des autres régions de l'île.

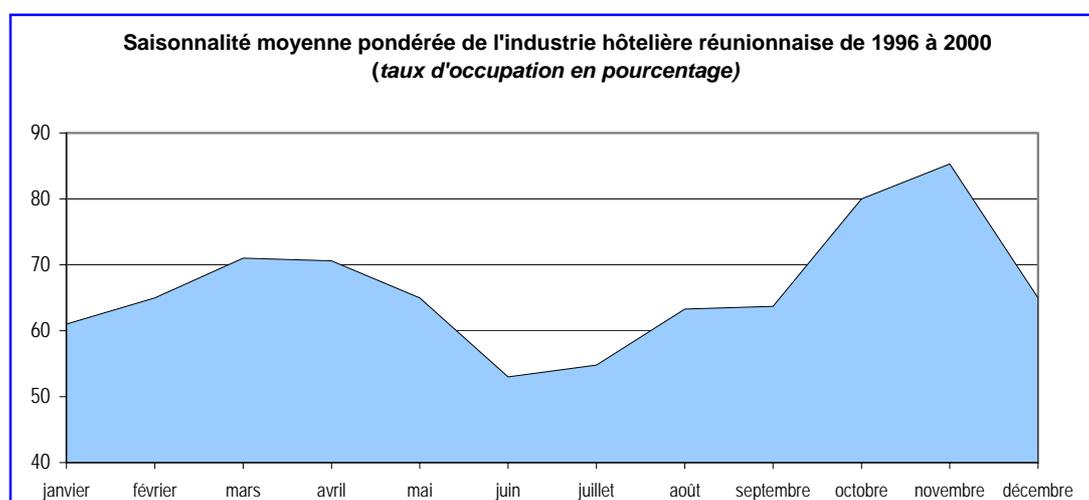
Evolution comparée du nombre de nuitées et du taux d'occupation dans les meublés de tourisme entre 2000 et 2002

	2000	2001	2002
Ouest	17 778	18 458	22 844
Taux d'occupation	61%	62%	55%
Sud	5 050	6 689	10 800
Taux d'occupation	50%	47%	45%
Est	659	444	389
Taux d'occupation	30%	41%	36%
Nord	130	959	1 377
Taux d'occupation	18%	53%	53%
TOTAL	23 617	26 550	35 410
Taux d'occupation	56%	57%	51%

Source : FROTSI

b) L'offre d'hébergement confrontée à la saisonnalité de la demande

Le graphique ci-dessous représente la saisonnalité moyenne sur les quatre dernières années d'activité à partir des taux d'occupation des établissements toutes catégories confondues. Il apparaît que la demande d'hébergement s'effectue essentiellement sur deux périodes : de janvier à mai mais surtout d'août à décembre. Entre octobre et novembre, les taux d'occupation avoisinent les 85 %. Pendant cette période, la demande est notamment alimentée par une clientèle senior venue en groupe. La basse saison correspond aux mois d'hiver (de juin à août) durant lesquels la demande d'hébergement accuse un fléchissement sensible. Les taux d'occupation y sont proches de 50 %.



2) Les indicateurs de rentabilité

a) Le prix moyen par chambre (PMC)

$PMC : \text{ventes nettes de chambres} / \text{total chambres louées}$

Cet indicateur permet de positionner l'établissement en fonction de sa catégorie et de sa politique commerciale tout en tenant compte du marché.

Le prix encaissé tient également compte :

- des rabais consentis aux agences de voyages, aux voyagistes,
- des prix promotionnels,
- des prix pratiqués aux sociétés.

Promotour a estimé, dans une étude de 1997, que les hôtels réalisent 60 % de leur chiffre d'affaires avec les agences et tours opérateurs. Les prix négociés avec ces opérateurs peuvent bénéficier de décotes comprises entre 20 et 50 % du prix public affiché.

(Source : CCIR/2001), en euros	PMC CCIR ¹ (Réunion)	PMC Guadeloupe ²	PMC UMIH ³ France
Hôtels 0 et 1*	39,3	ND	28,0
Hôtels**	42,9	46,4	51,1
Hôtels***	68,9	67,9	81,1
Hôtels****	97,4	ND	171,0

Les grilles tarifaires sont définies en fonction des catégories des hôtels. Ainsi, le PMC d'un hôtel 0* devrait être nettement inférieur au PMC d'un hôtel 2*. Or, on constate à la Réunion que l'écart entre le PMC d'un hôtel 0-1* est à peine inférieur à celui d'un hôtel 2*, contrairement à la métropole.

L'une des explications résiderait dans le choix des dirigeants des hôtels 2* de pratiquer des prix anormalement bas afin de garantir une fréquentation correcte de leur établissements.

b) Le Revenu moyen par chambre disponible des hôtels classés

Revenu moyen par chambre disponible : ventes nettes de chambres / (coût de construction + coût d'équipement) (règle du prix au millième)

Le revenu moyen par chambre disponible est un indicateur de rendement. Il donne une mesure plus fine de la rentabilité à l'unité chambre.

(Source : CCIR/2001), en euros	Revenu moyen par chambre disponible CCIR (Réunion)	Revenu moyen par chambre disponible Guadeloupe	Revenu moyen par chambre disponible UMIH France
Hôtels 0 et 1*	20,9	ND	18,1
Hôtels**	28,4	33,4	34,7
Hôtels***	45,2	77,0	56,5
Hôtels****	52,8	ND	132,3

L'écart entre le revenu moyen par chambre disponible à la Réunion et en métropole s'accroît d'autant plus que l'hôtel est classé haut de gamme. Pour les hôtels 0-1*, le revenu moyen par chambre est légèrement supérieur à la Réunion alors qu'il est 1,2 fois inférieur pour les hôtels 3* et 2,5 fois inférieur pour les hôtels 4*. Cela s'explique d'une part par des PMC inférieurs et d'autre part, selon Promotour, par un coût moyen de construction à la chambre supérieur à la moyenne nationale.

¹ CCIR : Chambre de Commerce et d'Industrie de la Réunion

² Source : Etude KPMG réalisée pour l'Observatoire de l'Industrie Hôtelière de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Pointe-à-Pitre

³ UMIH : Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie

	Réunion	National
Pour un hôtel**	36 892,66€	30 337,35€
Pour un hôtel***	50 765,52€	42 685,72€

Ainsi, le retour sur investissements est plus long à la Réunion. Selon des estimations, le retour sur investissements est atteint en moyenne au bout de 5 ans compte tenu d'un taux d'occupation proche de 60 % et d'une structure financière équilibrée.

c) L'effectif moyen par chambre

Effectif moyen par chambre : nombre de salariés de l'établissement / total chambres disponibles.

Cet indicateur est un ratio de gestion qui permet de mesurer annuellement la productivité du personnel.

Secteur hôtels-restaurants en 2000	Réunion			Guadeloupe	France
	Chambres disponibles	Effectif	Effectif moyen par chambre disponible	Effectif moyen par chambre disponible	Effectif moyen par chambre disponible
Hôtel 0 et 1*	184	40	0,22	ND	0,06
Hôtel**	1 023	313	0,31	0,35	0,19
Hôtel***	1 387	646	0,47	0,52	0,31
Hôtel****	216	172	0,80	ND	0,51
TOTAL	2 810	1 171	0,42		

L'effectif moyen par chambre à la Réunion est globalement supérieur à celui de la métropole. Les écarts les plus importants sont observés pour les hôtels 0-1* et 4*.

3) Encours bancaires des entreprises du secteur et perspectives de développement

a) Les encours de crédits déclarés par les établissements de crédit

A la fin juin 2003, 189 entreprises du secteur hôtels-restaurants étaient recensées au Service Central des Risques¹ sur un total de 6 412 entreprises à la Réunion.

L'ensemble des encours de crédits déclarés sur les entreprises du secteur hôtels-restaurants par les établissements de crédit s'élevait à 55,64 millions d'euros. Les encours de créances douteuses et arriérés de Sécurité sociale² s'élevaient quant à eux à 3,91 millions d'euros. Le secteur concentre ainsi 0,9 % de l'encours total de crédits déclarés à la Réunion et 4,6 % de l'encours total de créances douteuses et arriérés de Sécurité sociale. L'hôtellerie classée représente 0,6 % de l'encours total de crédits et 2,5 % de l'encours total de créances douteuses.

¹ Ce fichier national, géré par la Banque de France, regroupe l'ensemble des encours de crédit déclarés par les établissements de crédit à partir d'un seuil de 46 000 euros pour les bénéficiaires situés dans les DOM et de 75 000 euros pour les bénéficiaires métropolitains.

² L'IEDOM gère, dans le cadre de conventions de place, un fichier recensant les créances douteuses (déclarées à partir d'un seuil de 10 000 euros) et les arriérés de Sécurité sociale (déclarées à partir d'un seuil de 22 500 euros) déclarées sur les entreprises domiennes et de Mayotte et Saint-Pierre et Miquelon.

Si l'on exclut de l'échantillon les secteurs de l'administration et de l'immobilier, qui représentent 58 % des encours de crédits, le secteur des hôtels-restaurants représente alors 2,2 % des encours de crédits à la Réunion. Par ailleurs, 53 % des encours de crédits déclarés sur les entreprises du secteur l'ont été par des établissements de crédit locaux.

A titre de comparaison, à la Guadeloupe, 470 entreprises du secteur hôtels-restaurants étaient recensées au SCR à fin juin 2003. Les encours de crédits alloués au secteur représentaient 3,9 % de l'encours total de crédits déclarés sur les entreprises locales à fin juin 2003 (2,8 % pour l'hôtellerie classée). Hors administration et immobilier, le secteur concentrait 8 % du total des encours.

Par ailleurs, les encours de crédits sont fortement concentrés. En effet, les dix plus gros montants de crédits déclarés dans ce secteur représentent 52 % de l'encours total au secteur à la Réunion.

Le tableau ci-dessous, qui ne concerne que les entreprises réunionnaises du secteur hôtels-restaurants recensées au SCR, appelle deux remarques. D'une part, les sociétés commerciales drainent la majorité des encours de crédits (effet de seuil) et, d'autre part, l'essentiel des encours des crédits est constitué d'encours à moyen et long terme (crédits à l'habitat et à l'équipement).

Catégories juridiques	Encours à court terme	Encours à moyen et long terme	Encours de crédit bail	Encours Hors Bilan	Total encours de crédits	Encours de créances douteuses	Encours d'arriérés de Sécurité sociale
Entreprises individuelles	0,75	4,05	0,06	0,02	4,88	0,43	0,22
Sociétés commerciales	12,06	36,66	0,61	0,31	49,65	7,20	0,27
Association	0	1,08	0	0	1,08	0	0
Autres	0	0,05	0	0	0,05	0	0
Total	12,81	41,84	0,67	0,33	55,64	7,63	0,48

Source : SCR à fin juin 2003, en millions d'euros

b) Les perspectives d'extension du parc hôtelier

Malgré une conjoncture internationale peu favorable, quatre nouveaux établissements ont été ouverts en 2002. Au total, entre 1994 et 2002, ce sont 20 nouvelles structures qui ont été créées. D'autres projets de construction sont en cours de réalisation sur l'île. La ville du Port, où le tissu économique et industriel est dense, a prévu la création d'une résidence hôtelière et d'un hôtel touristique dans le cadre de son projet « ville et Port » qui entend promouvoir l'activité touristique de la commune.

Le groupe Apavou, qui regroupe huit établissements hôteliers à la Réunion, entend renforcer sa présence sur l'île et a annoncé un projet de création d'un hôtel à la Plaine des Cafres. Cinq hôtels ont été ou sont en cours de rénovation depuis 2002 sur l'île. L'objectif est d'atteindre une capacité de 1 000 chambres à la Réunion. L'ensemble du parc hôtelier détenu à Maurice par le groupe, 1 000 chambres, a également fait l'objet de travaux de rénovation. S'appuyant sur le dynamisme du secteur à l'île Maurice, le groupe souhaite développer une stratégie de complémentarité auprès des tours opérateurs en vendant un combiné « Maurice-Réunion ».

Conclusion

Les perspectives de croissance de l'activité touristique au niveau international sont très optimistes. Nombre de pays ont assis leur développement économique sur cette activité avec plus ou moins de succès. Les cas des Seychelles et de l'île Maurice font figure d'exemples dans la zone océan Indien. A la Réunion, cette activité joue son rôle d'axe de développement et de relais des activités traditionnelles en contribuant de manière croissante à la création de richesse. La concurrence des îles voisines, très dynamiques en termes d'activité touristique, a orienté le choix stratégique de la Réunion vers la promotion d'un tourisme de randonnées. La Réunion s'est ainsi positionnée en tant qu'offre complémentaire de ces destinations soleil (île Maurice notamment) et non pas comme un concurrent direct. Les conditions actuelles de l'offre à la Réunion ne lui permettent pas, en tout état de cause, de rivaliser avec ces voisins. En effet, des handicaps subsistent : destination jugée chère du fait notamment des tarifs aériens élevés, dépendance vis-à-vis du transport aérien et de la clientèle métropolitaine, forte concurrence des îles voisines et coûts d'exploitation du parc hôtelier relativement élevés. Ces freins sont identiques à ceux qui affectent le secteur aux Antilles. Néanmoins, les perspectives de croissance et d'emploi dans ce secteur au niveau mondial, le positionnement particulier de la Réunion en terme d'offre (positionnement géographique, spécificité du produit) permet au Département de trouver là une piste de développement à forte valeur ajoutée en relais et en complément des secteurs traditionnels.

Annexes

Annexe 1 : La méthode des effets

Cette étude a été réalisée à partir du *Guide pratique d'analyse de projets* de Manuel BRIDIER et Serge MICHAÏLOF (éd. ECONOMICA). L'objectif est de mesurer l'impact économique de la branche hôtels-restaurants sur l'économie réunionnaise. En l'absence de compte satellite regroupant le tourisme, la branche hôtels-restaurants des comptes régionaux est considérée comme représentative d'une partie du secteur touristique¹.

Tout accroissement de la demande à l'économie peut être simulé et permettre de mesurer les principaux effets productifs, les niveaux distributifs et les effets d'importations. Cette méthode permet de mesurer plusieurs niveaux d'effets :

- les **effets primaires directs**, définis comme la valeur ajoutée directement créée,
- les **effets primaires indirects**, définis comme des accroissements de valeur ajoutée créée dans l'économie du fait de l'augmentation des productions locales induites,
- les **effets secondaires directs et indirects**, correspondant aux créations de valeur ajoutée liée à la distribution supplémentaire de revenus.

1. Les effets primaires

a) Les effets primaires directs

Les comptes régionaux de l'INSEE permettent de ventiler la production de la branche hôtellerie restauration de la manière suivante :

Comptes de branches 1998, en milliers d'euros

Production Hôtellerie Restauration	=	Consommations intermédiaires	Valeur ajoutée directe				
			Rémunérations des salariés		Impôts	- subventions	EBE
			Salaires bruts	Cotisations sociales			
256 045 100 %		122 353 47,8 %	56 751 22,2 %	13 299 5,2 %	7 753 3,0 %	- 2 945 - 1,2 %	58 834 23 %

Source : INSEE, les comptes économiques des DOM de 1993 à 1998

Pour sa production, la branche hôtellerie restauration fait appel à d'autres branches de l'économie. Une création supplémentaire de 100 dans la branche hôtels-restaurants engendrerait une valeur ajoutée directe de 52,2. Ainsi, la production de la branche engendre, en 1998, une valeur ajoutée de **133,69 millions d'euros**.

En conséquence, une augmentation de 100 dans la branche entraînera :

- une augmentation de 47,8 dans les consommations intermédiaires,
 - de 27,4 des salaires distribués,
 - de 1,9 des impôts moins les subventions,
 - de 23 l'excédent brut d'exploitation.

¹ Part des dépenses des touristes dans l'hébergement et la restauration en 2002 : 42 %.

b) Les effets primaires indirects

Il s'agit des accroissements de valeur ajoutée créée dans l'économie du fait de l'augmentation des productions locales induites. Les effets primaires indirects concernent dans ce cas les entreprises qui fournissent les matières ou les produits déjà transformés, nécessaires à la réalisation et au fonctionnement de la branche hôtels-restaurants, ce que la comptabilité nationale appelle les « consommations intermédiaires ». Pour la branche hôtels-restaurants, ces consommations intermédiaires apparaissent comme une charge. Pour les branches fournisseurs, elles sont au contraire une production, qui donne lieu elle-même à la formation de valeur ajoutée dont les effets s'ajoutent à ceux de la branche hôtels-restaurants elle-même.

La mesure des effets primaires indirects permet d'analyser les répercussions des consommations intermédiaires sur l'économie. Le Tableau des Entrées Intermédiaires (TEI) étant indisponible lors de l'étude, la ventilation des consommations intermédiaires de la branche hôtels-restaurants à la Réunion a dû être calée sur celle de la métropole.

Les consommations intermédiaires ainsi calculées s'élèvent à 114,7 millions d'euros pour une valeur réelle de 122,3 millions d'euros. Ce léger écart provient des branches inexistantes dans l'économie locale (comme le raffinage de pétrole).

A leur tour les consommations intermédiaires de la branche hôtels-restaurants se décomposent de la manière suivante :

En milliers d'euros

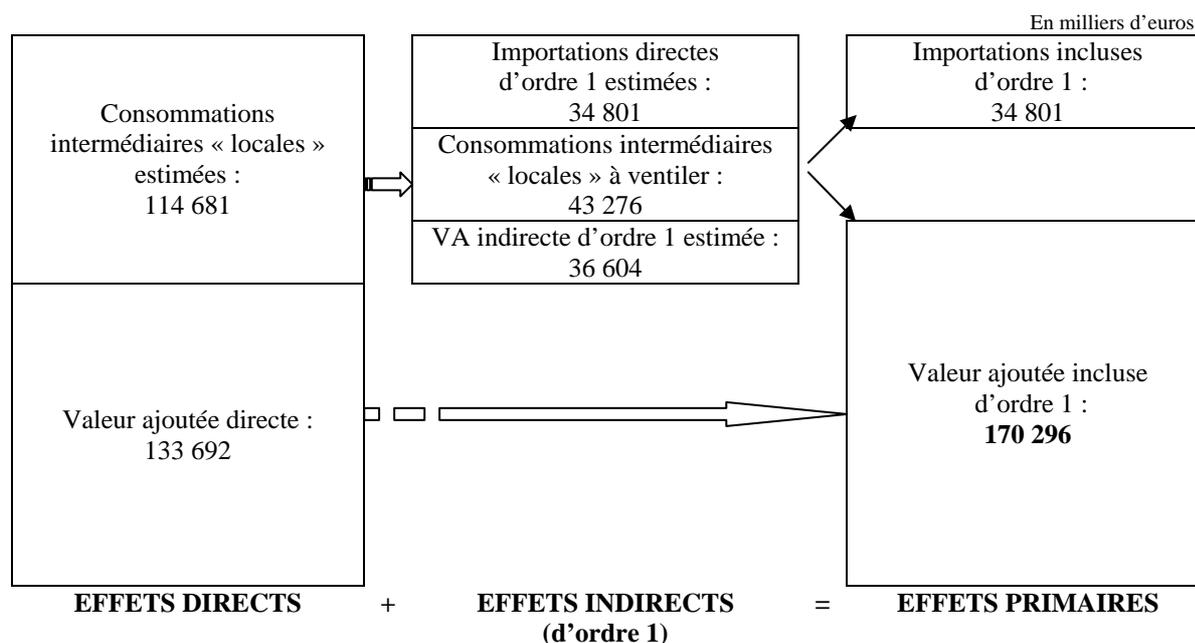
Production des autres branches destinées à la branche HR	=	Importations directes	+ Production locale (88 912,49)						
			Consommations intermédiaires			Valeur ajoutée			
			Locales*	Importées*	Rémunérations des salariés		Impôts	- subv	EBE
			52 308,4		Salaires bruts	Cotisations sociales			
			43 275,9	9 032,5	14 224,5	4 173,0	2 074,8	-1 065,9	17 197,7
114 681	=	25 768,5							

Source : INSEE, les comptes économiques des DOM de 1993 à 1998

* pour ventiler le total des consommations intermédiaires entre celles qui sont importées et celles qui sont locales, on utilise le taux d'importation général calculé à partir du ERE.

Les effets primaires indirects (valeur ajoutée indirecte) s'élèvent à **36,6 millions d'euros**.

c) Synthèse des effets primaires



La production de la branche hôtels-restaurants à la Réunion génère donc nettement plus de création de richesse dans l'économie que d'importations.

2. Les effets secondaires

La distribution de la valeur ajoutée directe et indirecte a pour conséquence l'accroissement de la distribution des ressources (salaires redistribués). Ces ressources vont être affectées et donc produire à leur tour des effets dont l'importance dépendra directement des modalités de cette affectation. Celle-ci pourra prendre quatre formes :

- la consommation de biens importés,
- la consommation de biens produits localement,
- l'épargne,
- l'impôt et les taxes.

a) Les effets secondaires directs liés à la distribution des salaires de la branche hôtelière

Ainsi, en 1998, le taux d'épargne brute par rapport au salaire brut est de 10,79 %, le taux de consommation finale est de 66,89 %, et le taux de pression fiscale est de 20,03 %, le taux de transferts étant de 2,29 %.

Le taux d'importation général de la Réunion s'élève à 17,27 %. Nous pourrions alors estimer, à partir du niveau de consommations finales, celui des consommations finales locales et importées.

En affectant ces coefficients aux salaires bruts de la branche, nous pouvons les décomposer de la manière ci-dessous. Le solde est constitué du salaire brut et des prestations sociales versées aux salariés.

En milliers d'euros

Salaires bruts : 56 751		Prestations sociales : 18 957		
Epargne brute : 8 167	Impôts : 15 164	Consommation finale locale : 41 899	CF importée : 8 745	Transferts 1 733

b) Les effets secondaires des branches induites des consommations intermédiaires de la branche hôtellerie-restauration

La branche hôtels-restaurants fait appel, comme nous l'avons vu, à d'autres branches de l'économie. L'utilisation de ces activités par la branche hôtels-restaurants génère par conséquent une distribution de salaires supplémentaires qui vont à nouveau se diffuser au sein de l'économie.

En milliers d'euros

Salaires bruts : 14 225		Prestations sociales : 4 752		
Epargne brute : 2 047	Impôts : 3 801	Consommation finale locale : 10 502	CF importée : 2 192	Transferts 434

Le total partiel des effets secondaires distribués sera :

En milliers d'euros

Répartition des salaires versés	Directs	Indirects	TOTAL
Epargne	8 167	2 047	10 214
Impôts	15 164	3 801	18 965
Consommations locales	41 899	10 502	52 401
TOTAL	65 230	16 350	81 580

Les effets secondaires sont positifs, la valeur créée dans l'économie induit plus de richesses que d'importations.

3. Le résultat

L'impact économique de la branche hôtels-restaurants est réel dans le département. Les effets partiels se décomposent de la manière suivante :

Effets primaires : 170 ,296 + Effets secondaires : 81, 580 = 251 ,87 millions d'euros
--

Ainsi, cette étude montre que l'impact de la branche hôtels-restaurants dans l'économie est important, apportant près de 252 millions d'euros chaque année à l'économie réunionnaise, que ce soit directement (en raison des salaires, impôts, etc.) ou indirectement (par la demande qu'elle induit auprès des autres branches économiques).

Comité du Tourisme de la Réunion

Créé en 1989 par une volonté commune du Département et de la Région, il est présidé depuis le 25 juin 2001 par M. Jacquet HOARAU, Conseiller général.

- ❖ Il regroupe :
 - des élus : conseillers généraux, conseillers régionaux,
 - des socio-professionnels : Chambre de Commerce et d'Industrie de la Réunion, Syndicat National des Agents de Voyages, Union des Métiers de l'Industrie Hôtelière, Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative, relais Départemental des gîtes ruraux, transporteurs,...
 - des membres titulaires, personnalités extérieures intéressées au développement touristique de la Réunion.

- ❖ Il a pour principales missions :
 - **la stratégie marketing de la destination** (politique d'image, choix des clientèles, des marchés...)
 - **la connaissance du secteur** (études de fréquentation, impact économique du tourisme, tendances des marchés),
 - **l'amélioration du produit touristique au travers d'actions d'impulsion et de coordination** (charte Réunion Qualité Tourisme, opération 1 000 animations, mise en place de nouveaux produits...),
 - **la responsabilité opérationnelle de la promotion de la destination en France et à l'Etranger** (campagnes de publicité, supports d'informations, salons, accueils de journalistes et de professionnels du tourisme, opérations en partenariat avec les compagnies aériennes ou voyagistes, site Internet...).

- ❖ Il dispose d'une équipe de techniciens à la Réunion et d'une antenne à Paris et à Francfort.

- ❖ Il est financé à part égale par le Conseil général et le Conseil régional. Il bénéficie de crédits européens et reçoit l'appui des prestataires du secteur privé dans le cadre d'opérations en partenariat.

- ❖ **En 2002, son budget était de 5,9 millions d'euros.**

Gîtes de France, Maison de la Montagne, Loisirs accueil

Le relais départemental Gîtes de France a été créé en 1977, la Maison de la Montagne en 1987. Tous deux ont pour rôle d'aménager et développer les gîtes, les chambres d'hôtes, les chalets loisirs, ainsi que les tables d'hôtes et les auberges de campagne. La Maison de la Montagne a, en outre, un rôle de promotion de la montagne et du tourisme vert. Elle développe ainsi avec les prestataires de services locaux, des produits touristiques tels que des randonnées de trois jours dans les Hauts.

Le relais départemental de Loisirs Accueil a un rôle de centrale de réservation pour tous ces produits touristiques mis en place par ces deux structures. Il existe également 9 points de réservation sur l'île.

Des agences privées réceptives servent également de relais entre les tours opérateurs de métropole et les prestataires locaux.

Financements des structures :

La Maison de la Montagne est entièrement financée par le Département et l'Union européenne. Loisirs Accueil est financé à 60 % par le Département et l'Union européenne. Les 40 % restants sont autofinancés à partir des cotisations des adhérents (16 euros/adhérent) et des commissions sur ventes effectuées (entre 14 et 19 % selon les produits, l'objectif pour 2006 étant de porter toutes les commissions à 20 %). Gîtes de France est entièrement autofinancé par les cotisations de ses adhérents.

Le chiffre d'affaires de ces structures provient à 48 % des gîtes ruraux et chambres d'hôtes, et à 48 % des gîtes de montagne, enfin à 4 % des produits dérivés (activités de pleine nature).

Fédération Réunionnaise des Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative, OTSI, Pays d'accueil

La FROTSI gère les 9 (bientôt 10) offices de tourisme et 4 maisons d'accueil (ou pays d'accueil) de l'île.

Le rôle de la FROTSI est de fédérer les offices de tourisme et maisons d'accueil à la Réunion.

La FROTSI a également pour mission de gérer le centre de collecte de la documentation touristique qui alimente les différents offices de tourisme.

La FROTSI édite, par ailleurs, le Guide des meublés de tourisme une fois par an, en français et en anglais.

Cet ensemble de structures emploie 85 salariés, dont environ 40 % sont des emplois jeunes.

La FROTSI est financée par le Conseil général, la Région et l'Union européenne, alors que les offices de tourisme sont financés par les communes et le Conseil général.

Annexe 3 : Contribution de l'Etat au plan d'action en faveur du tourisme outre-mer

LISTE DES MESURES PROPOSEES

I. STATISTIQUES SUR LE TOURISME

Mesure 1 : Mise en place d'un système de mesure statistique de l'activité touristique plus performant dans les DOM.

II. SOUTIEN FINANCIER A LA FILIERE TOURISTIQUE

Mesure 2 : Soutien de l'AFD aux projets actuels des collectivités territoriales souhaitant apporter des aides aux entreprises du secteur du tourisme (bonification des taux d'intérêt).

Mesures d'accompagnement :

- Application des mesures de simplification de la gestion des fonds structurels d'accompagnement européens à la restructuration des établissements hôteliers.
- Soutien fiscal à l'investissement privilégié en faveur de la réhabilitation des établissements d'hébergement touristique à rénover.
- Campagne d'information auprès des professionnels du tourisme pour mieux faire connaître les possibilités offertes par la défiscalisation pour les formules d'hébergement non hôtelières et les possibilités de récupération de la TVA.

III. AIDE A L'EQUIPEMENT ET A LA RENOVATION DE L'HEBERGEMENT COLLECTIF

Mesure 3 : Accentuation de l'intervention de l'agence nationale pour les chèques-vacances dans les DOM. Soutien à la petite hôtellerie et à l'hôtellerie de plein air rurales (1million d'euros).

IV. ASSISTANCE TECHNIQUE AUX COLLECTIVITES

Mesure 4 : Accompagnement, par l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique, des collectivités d'outre-mer souhaitant son aide pour définir leur stratégie de diversification et d'adaptation de l'offre touristique (1,2 million d'euros sur 3 ans).

V. AIDE AU DEPART EN VACANCES DES PERSONNES EN DIFFICULTE

Mesure 5 : Mobilisation des moyens du tourisme social de l'Etat (handicap, jeunes...) en faveur des DOM au travers de l'action de l'Agence nationale pour les chèques-vacances et de la Bourse solidarité vacances.

VI. PROMOTION ET COMMUNICATION

Mesure 6 : Création d'un club de produits « Outre-mer » localisé à la Maison de la France, chargé en particulier de définir et de mettre en œuvre une stratégie de communication et de promotion de l'Outre-mer (2 millions d'euros).

Mesure 7 : Campagne « Bonjour ! » auprès des professionnels du tourisme et autres réseaux en contact avec les touristes (180 000 euros)

Mesure 8 : Sensibilisation des populations locales à l'accueil des touristes

VII. RENFORCEMENT DE LA QUALITE DU SERVICE ET DE L'ACCUEIL

Mesure 9 : Promotion du dialogue social

Mesure 10 : Promotion de l'Outre-mer sur les chaînes publiques de radio et de télévision

Mesure 11 : Aide à la formation en métropole de personnes de l'Outre-mer voulant travailler dans l'industrie touristique

Mesure 12 : Formations aux métiers du tourisme et de la restauration par le Service militaire adapté.

MESURES INTERMINISTERIELLES

Mesure 13 : Subvention aux opérations d'amélioration de l'habitat (façades) réalisées par des personnes à revenus modestes.

Mesure 14 : Aide à l'embellissement des centres villes et des fronts de mer par des crédits des DOCUP et des contrats de plan.

Mesure 15 : Accompagnement de l'évolution du secteur des transports urbains (taxis) à la Martinique

Mesure 16 : Amélioration de la sécurité

Bibliographie

- Rapports annuels IEDOM de La Réunion de 1980 à 2002.
- Rapport annuel IEDOM 2002 de la Guadeloupe.
- Le tourisme dans les DOM-TOM, IEDOM, 1993. : pp32-38 ; 58-60 ; 280-336 ; 441-447 ; 466-67 ; 541-550
- La Réunion, IEDOM 1994, pp.194-208
- TER édition 2000/2001, INSEE.
- Comité de Pilotage de l'Industrie : <http://www.cpi.asso.fr/version2/index.asp>
- Comité de Pilotage de l'Industrie : Investir à la Réunion
- Le tourisme dans l'Outre-mer français, ministère tourisme ; <http://www.tourisme.gouv.fr/>
- Loi de programme pour l'Outre-mer français 2003, ministère de l'Outre-mer : <http://www.outre-mer.gouv.fr>
- INSEE : www.insee.fr
- INSEE : Les comptes économiques des départements d'Outre-mer de 1993 à 1998 (CD ROM)
- INSEE : Tableau des Entrées Intermédiaires national de 1998
- INSEE : Indice du prix des transports
- INSEE : Les transports à la Réunion en 1997 et 1998 (enquête annuelle d'entreprises sur les transports, n°16 avril 2001)
- INSEE : L'emploi salarié marchand par trimestre, n°1 avril 2003
- INSEE – CTR : Enquête annuelle auprès des touristes : 2000 et 2001
- CTR : Etude sur les comportements des touristes à la Réunion, comparaison 1998-2001, phase 3 : résultats détaillés ; mai 2002, par GB2 Etudes et Développement
- CTR : Les emplois touristiques à la Réunion en 2000, synthèse de l'enquête CTR-DETENTE, janvier 2001
- Central Statistics Office (CSO), Ile Maurice : <http://ncb.intnet.mu/cso>
- FROTSI Dossier presse Meublés de tourisme, le guide 2003
- FROTSI : Dossier presse Meublés de tourisme, le guide 2001
- FROTSI : Procédure de classement
- FROTSI : Fiscalité des loueurs en meublés non professionnels
- Guide Run
- Le guide 2003 des meublés de tourisme (FROTSI)
- Le tourisme en Guadeloupe, Etat des lieux, enjeux économiques, déc. 2002, IEDOM.
- Le Quotidien du 12 novembre 2002, page 18 et du 19 juillet 2002, page 15

Directeur et responsable de la publication : A. VIENNEY
Editeur et Imprimeur : IEDOM - 5, rue Roland Barthes - 75598 Paris Cedex 12
Achévé d'imprimer Janvier 2004