

Le tourisme à la Guadeloupe Vers un redémarrage durable du secteur ?

É
C
L
A
I
R
A
G
E

Durant les années 90, le secteur touristique guadeloupéen a enregistré une forte activité. En dix ans, la fréquentation touristique a été multipliée par trois, pour atteindre plus de 600 000 touristes en 2000. Depuis cette date, le secteur connaît des difficultés : la baisse de la fréquentation a entraîné la fermeture de nombreux hôtels et l'activité de croisière s'est contractée.

Sur la période récente, le tourisme guadeloupéen a néanmoins montré quelques signes encourageants laissant espérer un redémarrage de l'activité du secteur. Après la rupture de 2009, la fréquentation touristique se redresse progressivement et la croisière enregistre une évolution dynamique.

Cependant, cette phase de reprise ne bénéficie pas à toute l'industrie touristique. Les indicateurs de performances économiques et financières des entreprises affichent des résultats contrastés et la demande reste fragile. La destination dispose néanmoins de potentiels qui doivent être valorisés afin de renforcer son attractivité touristique.

LE POIDS DU SECTEUR TOURISTIQUE

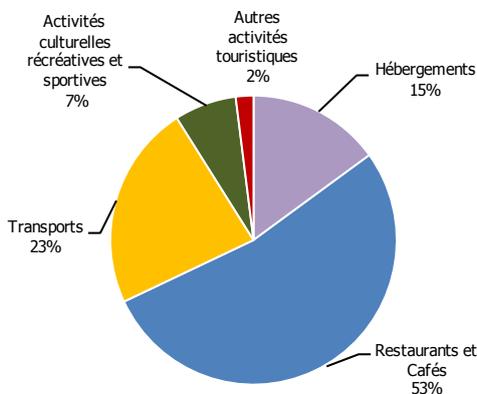
Le poids du tourisme dans l'économie guadeloupéenne reste complexe à mesurer notamment en raison des difficultés à identifier avec précision les gammes de produits et de services qui sont offerts. Son poids est estimé en observant les activités qui concourent à la satisfaction de la demande d'un visiteur pour un voyage et pendant ce voyage. Sont concernées les activités d'hébergement, de restauration, mais également les activités de transports, de location automobile, d'agences de voyages et les activités culturelles, sportives et récréatives. Cet ensemble constitue l'industrie touristique.

La dernière évaluation du poids économique du tourisme est celle de 2005, où le secteur atteignait 5 % du PIB régional, en baisse de 5 points par rapport à l'année 2000¹. Il est nettement plus faible que celui observé dans la plupart des îles caribéennes indépendantes où le tourisme représente 20 % à 50 % du PIB.

En 2005, le poids du tourisme dans l'économie guadeloupéenne était supérieur à celui des secteurs de l'agriculture (3 % du PIB 2005), des transports (4 %) et des industries de biens manufacturés (3 %), mais il est inférieur à celui de la construction (9 %) et du commerce (13 %).

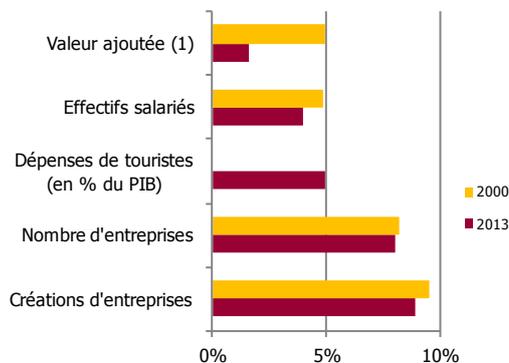
En 2013, l'industrie touristique rassemble 4 591 entreprises d'activités variées², soit un peu plus de 10 % du tissu d'entreprises de l'île. La restauration, l'hôtellerie et les autres types d'hébergements sont les activités les plus représentatives de ce secteur. Elles concentrent 68 % des entreprises touristiques.

Entreprises du tourisme par activité



Source : Insee, 2013

Poids de l'hébergement-restauration



(1) La VA est calculée sur la base des comptes définitifs des années 2000 et 2009

Source : Insee

¹ Source : « Les signes d'une reprise » AntianeÉco n° 60 Insee, novembre 2005. À noter que jusqu'en 2006, Saint-Martin et Saint-Barthélemy étaient des communes de Guadeloupe. Depuis 2007, elles sont des collectivités d'outre-mer (COM). Source : « Les signes d'une reprise » AntianeÉco n° 60 Insee, novembre 2005.

² « Bilan économique de la Guadeloupe n° 77 » Insee, juin 2014.

En 2013, les dépenses globales des touristes sont estimées à 505 millions d'euros³. Pour un séjour d'une durée moyenne de 14 jours, chaque ménage dispose d'un budget moyen de 2 247 euros hors billet d'avion (1 036 euros pour une personne seule). Les touristes d'agrément participent le plus au financement de l'économie locale : ils représentent 64 % des touristes et dépensent en moyenne 93 euros par personne et par jour.

UNE DEMANDE TOURISTIQUE PEU DIVERSIFIÉE, EN BAISSÉ DEPUIS 2000

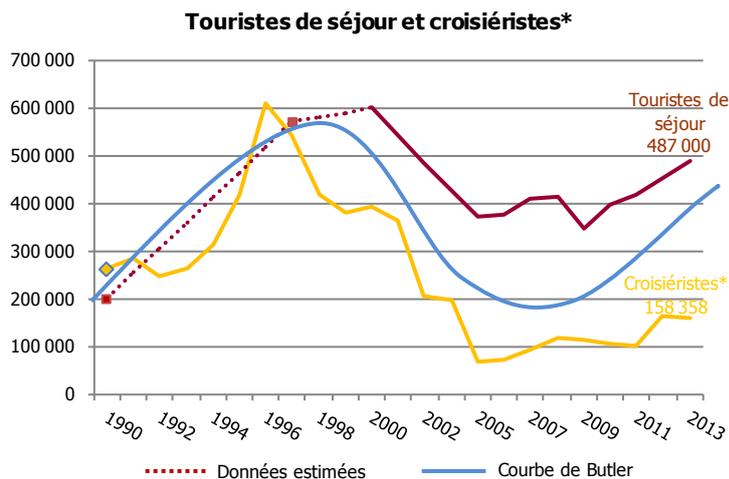
Rebond de la fréquentation en fin de période

L'évolution de la fréquentation touristique à la Guadeloupe au cours des 30 dernières années semble suivre un cycle de vie tel que développé par RW. Butler⁴. Après une période de croissance, suivie d'une phase de stagnation et de déclin, la Guadeloupe pourrait être entrée dans la phase de rajeunissement de son produit touristique.

Au cours des années 90, la Guadeloupe a enregistré une hausse soutenue de sa fréquentation touristique qui a atteint le niveau historiquement élevé d'environ 600 000 touristes de séjour en 2000.

Cependant, depuis cette date, le flux touristique diminue sous l'effet de facteurs aussi bien externes, notamment l'émergence de la concurrence des îles environnantes (République Dominicaine et Cuba) et un environnement économique défavorable marqué par la stagnation de la clientèle française, que de facteurs internes tels que la perception d'une dégradation de la qualité de service, le vieillissement du parc hôtelier, les tensions sociales et l'insécurité qui ont terni l'image de la destination et ont nui à la croissance du secteur.

Ainsi, le nombre de touristes de séjour s'établissait à moins de 347 000 visiteurs en 2009, année de la crise économique et sociale. La tendance est également baissière pour l'activité de croisière qui s'établit au plus bas en 2005. Depuis 2010, la fréquentation touristique est à nouveau orientée à la hausse pour s'établir à 487 000 touristes de séjour en 2013, auxquels il convient d'ajouter 158 000 croisiéristes.

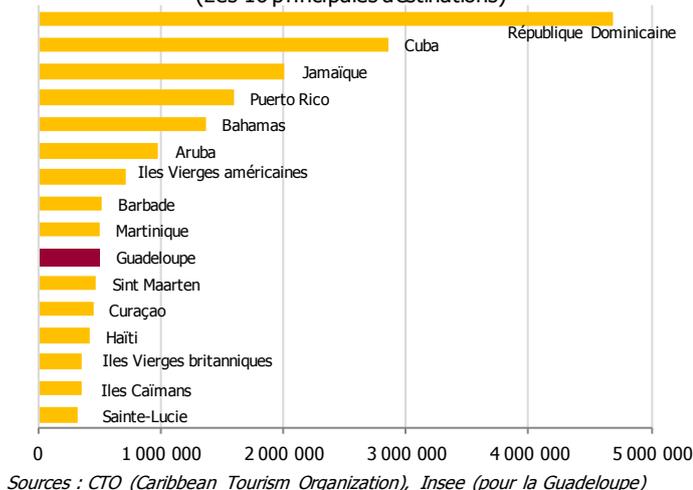


* Le nombre de croisiéristes est calculé en faisant le total des entrées, sorties et transits. Il s'agit de standards permettant notamment les comparaisons internationales.

Sources : Guadeloupe Port Caraïbes, Insee

La Guadeloupe au 10^e rang des destinations caribéennes

Nombre de touristes de séjour dans la Caraïbe en 2013 (Les 16 principales destinations)



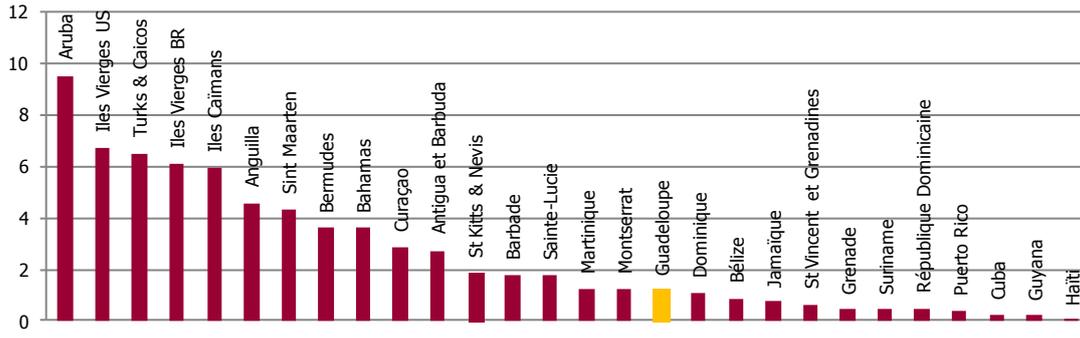
En 2013, la Guadeloupe accueille un peu plus de 2 % des arrivées de touristes de séjour dans la zone Caraïbe la positionnant au 10^e rang des destinations touristiques sur les 29 pays membres de la CTO (Caribbean Tourism Organization) après la Martinique (489 706 touristes) et la Barbade (508 520). Ces flux restent bien inférieurs à ceux des grandes destinations que sont Cuba et la République Dominicaine qui accueillent six à dix fois plus de touristes que la Guadeloupe.

En rapportant le nombre de touristes sur l'année à la population résidente, la Guadeloupe compte 1,2 touriste par habitant en 2013, soit presque autant que la France (1,3 touriste par habitant).

³ Analyses n° 2, Insee, Septembre 2014.

⁴ Le modèle présente six étapes dans le cycle de vie dont, l'exploration, l'implication, le développement, la consolidation, la stagnation, le vieillissement et le déclin. L'auteur n'exclut pas une phase de redémarrage du produit. Ces étapes sont analysées successivement dans la note expresse de l'Iedom n° 10 Octobre 2007.

Nombre de touristes par habitant



Sources : CTO (Caribbean Tourism Organization), Banque mondiale

L'intensité de la fréquentation touristique s'avère cependant nettement plus faible à la Guadeloupe en comparaison à la zone Caraïbe qui reçoit en moyenne 2 à 3 touristes par habitant. Par ailleurs, certaines îles dont la population est inférieure à celle de la Guadeloupe accueillent un nombre plus important de touristes : c'est notamment le cas d'Antigua et Barbuda (2,7 touristes par habitant), Anguilla (4,6), Sint Maarten (4,3) ou encore les îles Caïmans et les îles Vierges britanniques qui reçoivent 6 fois leur propre population.

Une faible diversification de la clientèle

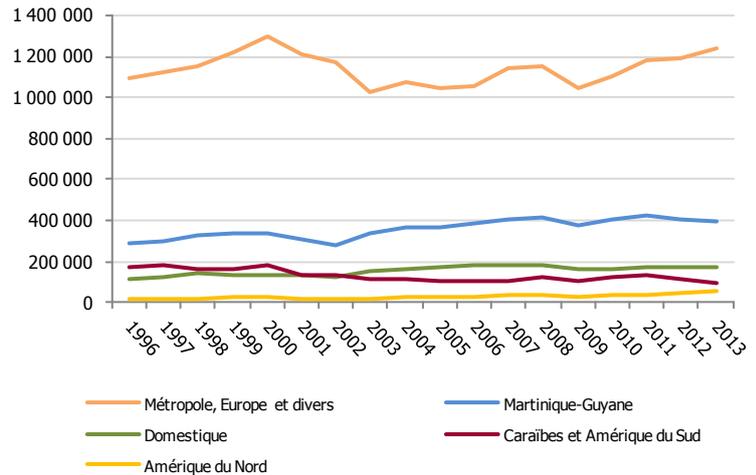
Une clientèle majoritairement métropolitaine

Contrairement à ses principaux concurrents caribéens qui accueillent une clientèle majoritairement anglo-saxonne, la clientèle touristique séjournant à la Guadeloupe provient principalement de la France métropolitaine. Elle représente en moyenne 62,8 % du trafic total de passagers aériens sur la période 1996-2013. En 2013, sur les 489 000 touristes qui embarquent à destination de la France métropolitaine depuis l'aéroport Pôle Caraïbe, environ 94 % résident sur le territoire national et 6 % viennent de l'étranger.

Le réseau Amérique du Nord - Miami et Montréal - ne regroupe que 1,6 % du trafic mais enregistre la plus forte progression depuis 1996, pour s'établir à 53 700 voyageurs en 2013.

Cette situation de quasi-monomarché rend le secteur particulièrement sensible à la conjoncture économique métropolitaine.

Évolution du trafic par destination (en nombre de passagers)



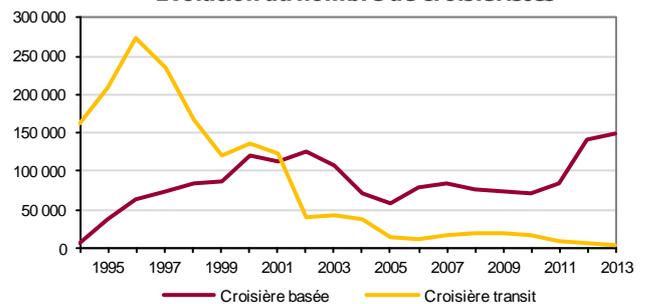
Source : Aéroport Guadeloupe Pôle Caraïbes

LA CROISIÈRE BASÉE SE RENFORCE

La Guadeloupe reçoit deux types d'escales de croisière : la croisière de transit, où les navires font escale en Guadeloupe, et la croisière basée qui s'effectue au départ de Pointe-à-Pitre.

Au cours des 20 dernières années, la part des différents types de croisière (transit ou basée) a significativement évolué. Dès 1997, la croisière de transit décline, conséquence notamment de la récession économique mondiale, des mouvements sociaux qui ont terni l'image de la destination et de la forte concurrence des autres destinations de la Caraïbe. Il atteint son plus bas niveau en 2013. La croisière basée entre quant à elle dans une phase d'expansion à partir de 1995, malgré un creux sur la période 2003-2011. En 2013, la croisière basée concerne 95 % du trafic total de croisière contre un peu moins de 20 % du trafic en 1998.

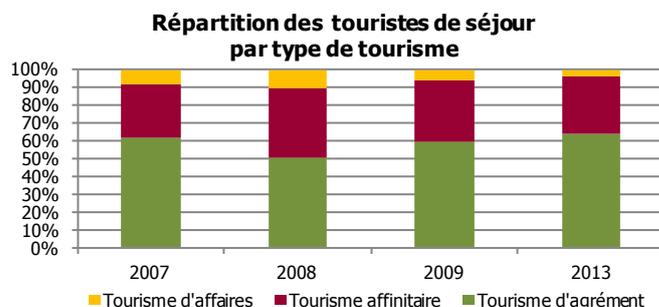
Évolution du nombre de croisiéristes



Source : Guadeloupe Port Caraïbes

Des touristes motivés par l'agrément et les visites aux proches

La segmentation des voyageurs par type de tourisme est quasiment stable sur la période 2007-2013. Les arrivées de touristes d'agrément, motivés par la découverte de l'archipel, et de touristes affinitaires, en visite chez des proches, constituent la plus grande part des visiteurs séjournant à la Guadeloupe, respectivement 64 % et 32 %. Le tourisme d'affaires reste limité (4 % en 2013), et diminue par rapport aux années d'avant-crise (10 %).



Source : Insee

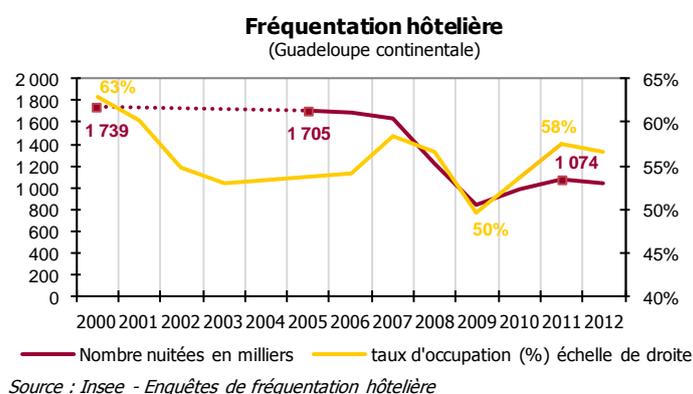
L'OFFRE D'HÉBERGEMENT EN DIFFICULTÉ

En 2013, les touristes de séjour ont cumulé un total de 6,6 millions de nuitées dans les différents types d'hébergement, soit un séjour d'une durée moyenne de 14 jours. En lien avec l'augmentation des arrivées des touristes en Guadeloupe, la fréquentation des hôtels s'améliore en 2013 sans retrouver le niveau de l'année 2000.

L'activité hôtelière en dessous des standards d'avant-crise

La fréquentation des hôtels reste faible par rapport aux années antérieures à 2009, année de la crise économique et sociale. Le nombre de nuitées diminue en lien avec le recul de la clientèle. Le taux d'occupation est néanmoins proche de celui de 2008 compte tenu de la diminution du nombre de chambres offertes.

L'hôtellerie, choisie par 34 % des touristes en 2013 (contre 45,6 % en 1997), ne concentre désormais que 23 % des nuitées, soit deux fois moins qu'en 1997.

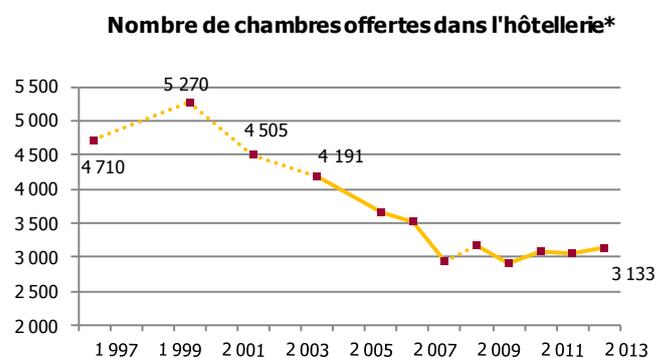


Source : Insee - Enquêtes de fréquentation hôtelière

Une capacité hôtelière restreinte et saturée en haute saison

En janvier 2013, le parc d'hébergement touristique de la Guadeloupe comptait 45 hôtels homologués proposant plus de 3 000 chambres. Depuis 2000, la Guadeloupe a enregistré la fermeture de nombreux hôtels entraînant une diminution d'environ 40 % du nombre de chambres, soit un peu plus de 2 000 chambres qui n'ont pas été remplacées. Le retrait du grand groupe hôtelier Accor et la réorientation de sa clientèle vers d'autres destinations a particulièrement pesé sur l'hôtellerie guadeloupéenne. Sur la période récente, d'importants projets de rénovation hôtelière ont été lancés afin d'améliorer le niveau des prestations et mieux répondre aux attentes de la clientèle.

La capacité hôtelière ainsi limitée constitue un frein à l'augmentation des flux touristiques, en particulier en haute saison, période durant laquelle les hôtels sont saturés, avec des taux d'occupation pouvant dépasser les 90 %.



* Hors îles du Nord

Source : Insee - Enquêtes de fréquentation hôtelière

Les meublés de tourisme davantage prisés par la clientèle

D'autres modes d'hébergement marchand tels que les meublés de tourisme, les gîtes et chambres d'hôtes sont davantage prisés car ils s'avèrent moins coûteux notamment pour les longs séjours. En 2013, ces hébergements représentent le premier choix des visiteurs pour leurs vacances.

L'augmentation progressive de la labellisation atteste de la volonté des professionnels d'intégrer un réseau national garantissant la qualité de l'hébergement, permettant de bénéficier d'une meilleure visibilité et participant de fait à la promotion de la destination. L'association des Gîtes de France avec plus de 400 adhérents propose environ 1 300 chambres à la location en 2013, une offre en constante progression par rapport aux années précédentes (555 en 2002). Le label Clévacances compte quant à lui un peu plus de 40 propriétaires adhérents en 2013⁵ contre 25 en 2011, année de son lancement. D'autres labels existent mais ils restent peu accessibles ou méconnus du large public.

Parallèlement à l'offre marchande, il existe une offre considérable d'hébergements touristiques non homologués qui reste difficile à quantifier, d'autant qu'elle se développe essentiellement via Internet.

⁵ Source : Note de conjoncture n° 11, juin 2014, Observatoire régional du tourisme, Guadeloupe.

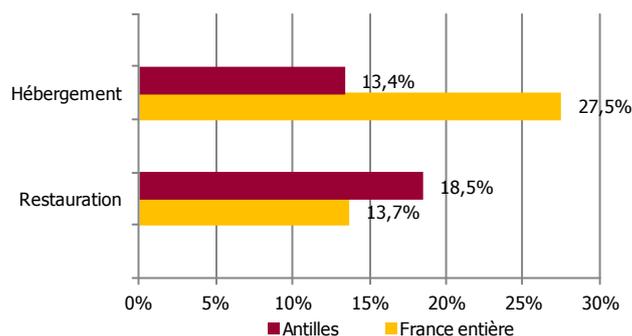
L'hébergement est moins rentable qu'au niveau national

Aux Antilles françaises, les entreprises du secteur de l'hébergement⁶ affichent une rentabilité plus faible qu'au niveau national. En 2012, la moitié des structures ont un taux de marge inférieur à 13,4 %, contre 27,5 % en France entière. Comme corroboré par l'étude KPMG sur l'hôtellerie française en 2014, cette plus faible rentabilité dans les DOM s'explique notamment par une masse salariale plus importante, la faiblesse de l'activité et son caractère saisonnier, le surcoût des matières premières.

La répartition du revenu global⁷ se fait au détriment de la part de l'entreprise. Le secteur de l'hébergement aux Antilles se distingue effectivement par le poids des frais de personnel qui pèsent de manière plus importante dans le revenu global de l'entreprise (81,0 % aux Antilles, contre 63,4 % en France entière, en médiane).

Le secteur de l'hébergement dégage par ailleurs moins de marge que la restauration qui se situe à un niveau de rentabilité supérieur à celui de la France entière. Cette situation s'explique en particulier par une proportion plus forte d'établissements de restauration rapide dans la base FIBEN concernant les DOM.

Rentabilité du secteur de l'hébergement en France entière et aux Antilles en 2012*



Source : IEDOM - FIBEN

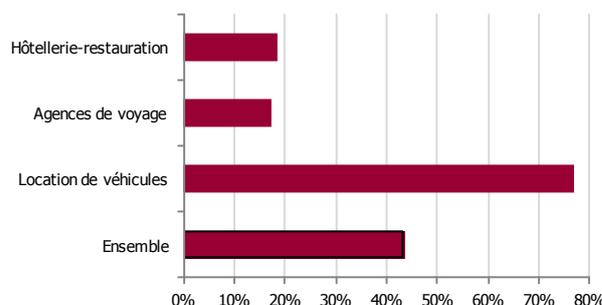
UNE RENTABILITÉ VARIABLE SELON LES BRANCHES

En 2012, le taux de marge moyen pour l'échantillon d'entreprises de l'industrie touristique s'établit à plus de 40 %.

Dans le détail, il apparaît plus élevé pour les entreprises de location de véhicules (proche de 80 %) en raison de la faible intensité en main d'œuvre de la branche.

Les agences de voyage affichent une rentabilité plus faible en raison notamment d'une forte concurrence dans cette branche, des sites internet en particulier, et du poids des charges de personnel.

Taux de marge moyen par branche aux Antilles en 2012



Source : IEDOM - FIBEN

Une solvabilité honorable mais cachant des dettes externalisées

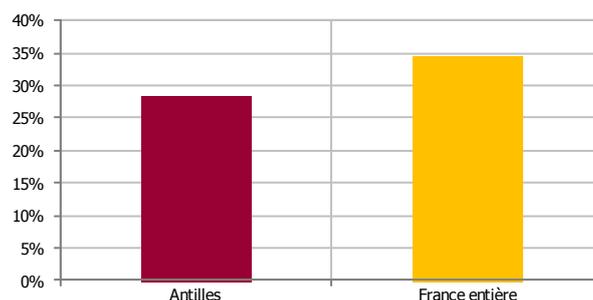
Aux Antilles françaises, la solvabilité des entreprises de la branche hébergement-restauration se situe à un niveau honorable⁸, avec un ratio de solvabilité moyen de 28,3 % en 2012. Les entreprises posséderaient par conséquent une capacité financière suffisante pour investir sur leurs capitaux propres sans faire appel à des organismes prêteurs.

Cette situation est notamment liée à un niveau d'endettement financier relativement faible, le taux moyen d'endettement brut⁹ des entreprises de la branche étant inférieur à 30 %.

Toutefois, l'endettement de certaines entreprises, en particulier dans l'hôtellerie, est fréquemment porté par des entités dédiées (SNC créées dans le cadre de montages en défiscalisation, notamment), réduisant l'endettement propre et substituant des loyers à des échéances d'emprunt, améliorant de fait leur ratio de solvabilité.

Par ailleurs, les dettes fiscales et sociales pèsent lourdement sur les bilans des entreprises de l'hébergement aux Antilles. En 2012, elles représentent 28,9 % des capitaux propres.

Ratio de solvabilité moyen en 2012 de la branche hébergement-restauration



Source : IEDOM - FIBEN

⁶ En 2012, la base FIBEN est composée, pour le secteur de l'hébergement de 12 hôtels, un centre international de séjour et un village vacances.

⁷ Le revenu global est la somme de la valeur ajoutée et des autres charges et produits.

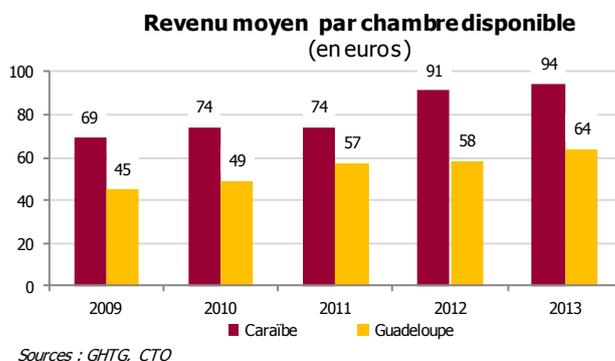
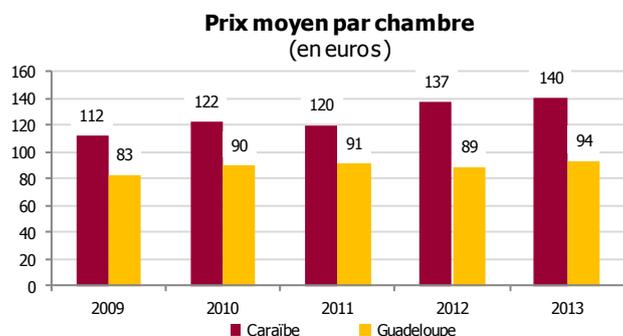
⁸ Le ratio de solvabilité est égal au rapport entre les capitaux propres et le total du bilan.

⁹ Le taux d'endettement brut mesure le rapport entre l'endettement financier et les capitaux propres.

Des performances inférieures à celles de nos voisins caribéens

Les chambres d'hôtels de la Guadeloupe affichent des rendements inférieurs à celles des hôtels de la Caraïbe. Des prix moyens par chambre (PMC)¹⁰ inférieurs et des taux d'occupation moyens plus faibles aboutissent à un revenu par chambre disponible (RevPAR)¹¹ moyen de 55 euros sur la période 2009-2013, soit 32 % de moins que la moyenne régionale. Ce niveau élevé du prix moyen par chambre dans la Caraïbe s'explique notamment par l'attrait de la clientèle internationale pour les formules « tout compris », peu développées à la Guadeloupe.

Le revenu par chambre disponible des hôtels à la Guadeloupe s'est néanmoins amélioré au cours de la période 2009-2013, résultant d'une progression du prix moyen par chambre et du volume de chambres louées.



Indicateurs de performance

	2009	2010	2011	2012	2013
Taux d'occupation moyen des hôtels					
Guadeloupe	50%	54%	58%	57%	58%
Caraïbe	62%	61%	62%	66%	67%

Sources : INSEE, CTO

DES POTENTIELS À VALORISER

Le secteur du tourisme est un levier économique important compte tenu de l'effet d'entraînement sur les différentes branches de l'économie, en plus de l'hôtellerie et la restauration. Si le tourisme guadeloupéen présente des performances plus faibles comparées à celles des îles de son environnement régional, le secteur dispose de réelles marges d'amélioration pour une meilleure compétitivité.

La Guadeloupe dispose de nombreux atouts, parmi lesquels un ancrage géographique facilitant les échanges avec les pays voisins, une richesse géographique permettant de diversifier les produits touristiques (tels que le nautisme et le tourisme vert) tout en valorisant l'archipel avec les Saintes, Marie-Galante et la Désirade, ainsi que des dispositifs de soutien à l'investissement attractifs.

Les prévisions sur l'évolution de la fréquentation touristique sont optimistes et, selon l'Insee, le degré de satisfaction des touristes s'améliore en 2013¹². Depuis 2010, l'île enregistre une augmentation continue des arrivées de visiteurs. L'aéroport Guadeloupe Pôle Caraïbes a franchi à deux reprises le cap symbolique des 2 millions de passagers, chiffre qui le positionne au 10^e rang des aéroports de France en 2013 et premier aéroport des DOM, devant La Réunion et la Martinique. Avec l'avènement des nouvelles technologies, les modes de consommation et la demande touristique ne cessent d'évoluer offrant de nombreuses opportunités de développement au secteur. Cependant, l'image de la destination et les perspectives restent particulièrement sensibles aux chocs externes (tels que l'épidémie de chikungunya) et internes (mouvements sociaux).

Dans un contexte aussi concurrentiel dans lequel évolue le marché du tourisme, la spécialisation et l'image de la destination jouent un rôle important. Dans la Caraïbe, Saint-Domingue et Cuba ont opté pour des stratégies de masse proposant des séjours à des coûts relativement faibles. Certaines destinations se sont consacrées au tourisme de luxe, comme Saint-Barthélemy et les îles Caïmans. D'autres territoires comme la Barbade et Puerto Rico proposent des structures hôtelières de qualité et des formules d'hébergement à des prix modérés¹³. La Guadeloupe doit encore affirmer sa marque touristique pour rayonner dans son environnement régional.

¹⁰ PMC = CA hébergement / nombre de chambres louées. Estimé par le Groupement hôtelier et touristique de la Guadeloupe (GHTG).

¹¹ RevPAR = CA hébergement / capacité totale de l'hôtel en chambre occupée ou non. Le RevPAR révèle la performance de la politique tarifaire mise en parallèle avec le taux de remplissage. Estimé par le Groupement hôtelier et touristique de la Guadeloupe (GHTG).

¹² Insee Analyses Guadeloupe n° 2 - septembre 2014.

¹³ « Tourisme, écotourisme et stratégies de développement dans la Caraïbe », Études caribéennes, Olivier Dehoorne, Pascal Saffache et Dominique Augier, avril 2007.

Toutes les publications de l'IEDOM sont accessibles et téléchargeables gratuitement sur le site www.iedom.fr

Directeur de la publication : Nicolas de SEZE – Responsable de la rédaction : Jean-Marie PAUGAM – Rédaction : Dora VANOUKIA

Editeur et imprimeur : IEDOM

Achévé d'imprimer : Janvier 2015 – Dépôt légal : Janvier 2015 – ISSN 1952-9619