

Communiqué de presse – 24 septembre 2012

Le tourisme : un business lucratif et compris dans le monde entier.

- Jeudi dernier à l'APF, le Président du Pays a affirmé que le tourisme constituait une **priorité du gouvernement en 2013** avec l'agriculture.
- Le tourisme contribue au développement de l'agriculture comme au développement d'un nombre très important de secteurs en PF.
- **Que représente le tourisme dans l'économie polynésienne ?**
 - ✓ En 2009, dépense touristique totale en PF : 37 milliards XPF ;
 - = 77% des ressources propres en PF
 - = plus de 3 x le montant des exportations de produits locaux (10.8 milliards XPF)
- **Combien et que dépense un touriste lorsqu'il vient en Polynésie ? Qui en bénéficie ?**
 - ✓ Dépense moyenne par séjour en 2009 : 235 105 XPF ;
 - ✓ **Tout le monde bénéficie** : structure d'hébergement, excursionniste, vendeurs de souvenirs (perles, pareo etc.), artisans, transporteur local (taxis, Air Tahiti, Aremiti etc.), prestataires de loisirs divers (plongée, jet ski etc.), restaurateurs et tous types de fournisseurs (agriculteur, pêcheur, transitaires, pressing, fleuristes, opérateurs de téléphonie et d'internet etc.), Pays et communes (taxes : RPT, taxe de séjour, TVA) ;
 - Exemple : les croisiéristes ont dépensé en moyenne 8.1 milliards XPF en 2009 dont 42% sont dépensés à terre ;
 - Exemple : les touristes terrestres ont dépensé en moyenne 29.6 milliards XPF en 2009.
- **Quels bénéfices sont issus du tourisme pour la PF ?**
 - ✓ Emplois directs issus du tourisme : 10 176 en moyenne sur 2009/2010/2011 sur 64 290 emplois en moyenne en PF soit 16% ;
 - ✓ **Recettes fiscales pour le Pays et les communes** :
 - redevance de promotion touristique (env 854 millions XPF en moyenne par an sur 2007/2008/2009),
 - taxe de séjour (ex : taxe de séjour croisière en 2009 pour la commune de Bora Bora : 10 587 200 XPF),
 - TVA : 10% sur les services touristiques, 5% sur les autres postes de dépenses.



- **Combien dépensons-nous pour faire venir ces touristes ?**

- ✓ En 5 ans, la subvention du Pays à Tahiti Tourisme a été divisée par deux.
- ✓ Cette subvention sert à financer :
 - **les actions de promotion à l'étranger** (campagnes de communication, salons, éditions et sites internet en langues étrangères, formation des agents de voyage, partenariat avec les réseaux de distribution et de grandes marques : Tag Heuer en Chine, Julbo en France etc.) ;
 - **les actions locales** (soutien aux évènements, développement des niches, voyages de journalistes (Paris Match, GEO, City Traveler magazine etc.), 2 salons du tourisme, campagne de sensibilisation, accueils paquebots etc.) ;
 - **le fonctionnement dont la masse salariale qui ne représente plus que 16% du budget global du GIE Tahiti Tourisme en 2012 ;**
- ✓ En moyenne, Tahiti Tourisme a dépensé 11 962 XPF par touriste alors qu'un touriste dépense en moyenne 235 105 XPF par séjour en PF !
- ✓ Les professionnels investissent également aux côtés de Tahiti Tourisme : grâce à eux nous pouvons mutualiser les moyens et mener des actions plus visibles, plus importantes : Campagne TV au Japon, tournée Tahiti et ses îles dans environ 15 grandes métropoles par an, 214 voyages de presse dont sont issus 4503 articles sur notre destination soit une contre valeur publicitaire de 12 milliards XPF (74 millions XPF de dépenses pour Tahiti Tourisme).

- **Où en est-on en 2012 ?**

	2007	2008	2009	2010	2011
Nbre de touristes recensés	218 241	196 496	160 447	153 919	162 776

- ✓ **+3.2% de fréquentation touristique par rapport à janv-juin 2011, +9.9% de nuitées touristiques !**
- ✓ **Les chiffres encourageants de cette année sont le fruit du travail effectué et de l'investissement financier de tous, GIE Tahiti Tourisme inclus, en termes de promotion durant ces 4 dernières années. Soutien important du réseau de distribution : 2/3 de nos touristes voyagent clef en main !**
- ✓ **Conséquences de la diminution du budget de Tahiti Tourisme en 2012 :** restructuration (19 agents en moins + externalisation des représentations), rationalisation des coûts de fonctionnement (cost killing), multiplication des partenariats avec des prestataires locaux ou avec des grandes marques étrangères, développement des relations publiques... **on travaille autrement.**
- ✓ **Aujourd'hui Tahiti Tourisme est en flux tendu!**



- ✓ Donc :
 - **Nouvelle baisse du budget de fonctionnement en 2013** = nouveau plan social = moins de RH = moins d'actions menées = perte de visibilité pour la destination = baisse de la fréquentation touristique à terme.
 - **Nouvelle baisse du budget actions** = diminution du nombre d'actions à fort impact = perte de visibilité sur les marchés = baisse de la fréquentation touristique à terme.
- ✓ GIE Tahiti Tourisme : **contribuer à enrayer le mouvement de baisse de la fréquentation touristique + demeurer une constante et un gage de stabilité pour les professionnels du tourisme.**
 - ✓ Tahiti Tourisme est désormais restructuré, a montré l'exemple à tous les autres satellites du Pays (rapport Bolliet + délibération APF) : Efficience et performance pour doper la fréquentation touristique.
- **Perspectives 2013**
- ✓ 3 objectifs :
 - Augmenter le flux de visiteurs et de visiteurs de retour
 - Promouvoir la destination tout en conservant une image cohérente
 - Développer et soutenir la structuration des niches

Conclusion : Si le tourisme est une priorité gouvernementale et est essentiel pour l'économie du Pays, il est nécessaire de se donner les moyens de le développer comme le font les destinations concurrentes. Nous sommes conscients des difficultés financières que traversent le Pays mais les outils de promotion et de structuration de ce secteur doivent avoir les moyens des ambitions du Pays.

Augmentation du budget du GIE Tahiti Tourisme = plus d'actions fortes et visibles = plus de visibilité de Tahiti et ses îles dans le monde = plus de touristes.