



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

DOM-ROM : Guadeloupe et Martinique

Question écrite n° 56160

Texte de la question

M. Éric Raoult attire l'attention de Mme la secrétaire d'État chargée de l'outre-mer sur le montant de la campagne de communication promue pour relancer le tourisme dans les Antilles. En effet, d'après l'avis unanime des professionnels concernés, comme du public métropolitain qui l'a appréciée, cette campagne a été percutante et très regardée. Il pourrait donc être utile de communiquer le montant de cette campagne de communication publicitaire.

Texte de la réponse

Suite à la crise sociale aux Antilles du début d'année 2009, il y avait urgence à soutenir le tourisme de la Guadeloupe et de la Martinique et à rattraper la perte de fréquentation du premier trimestre 2009. Dotée d'un budget de 600 000 EUR, l'opération promotionnelle « Partir aux Caraïbes », lancée par le ministère chargé de l'outre-mer immédiatement après la fin du conflit, a consisté en la commercialisation sur un site Internet dédié de 10 000 séjours à partir de 489 EUR, couplée à un plan média, ce qui a eu pour effet d'amortir l'impact négatif de la crise sociale sur l'activité du secteur touristique dans ces départements. Des voyagistes importants, comme Nouvelles Frontières, premier voyagiste français à programmer les Antilles, affirmaient fin mai 2009 que le nombre de voyages à forfait vendus à cette date s'élevait à plus 6 % par rapport à l'été 2008. Le voyagiste « Exotismes » a fait état de chiffres comparables, et ceci, alors même que l'opération « Partir aux Caraïbes » a été lancée en basse saison. La ministre de l'outre-mer s'est également rendue, avec le secrétaire d'État au tourisme, en Guadeloupe et en Martinique début novembre 2009, afin de rencontrer les acteurs locaux du tourisme. Compte tenu de l'image dégradée de la destination, il a été décidé de mettre en place une nouvelle campagne de promotion, cofinancée par le ministère chargé de l'outre-mer et le secrétariat d'État au tourisme, pour un montant de 1 MEUR. Elle est destinée prioritairement à mobiliser les agences de voyages dans la vente de cette destination, ainsi qu'à assurer sa promotion dans les pays européens voisins. Bien que le développement du tourisme soit une compétence qui relève des régions, il est important par ailleurs de rappeler que l'État, à travers le ministère chargé de l'outre-mer, mène sans discontinuité depuis 2003, en partenariat avec le GIE Atout France, des campagnes de revalorisation touristique de l'outre-mer français à destination du grand public, des professionnels et de la presse. Un diagnostic complet de l'offre touristique de nos destinations outre-mer, accompagné de plans d'actions par territoire, a également été demandé à Atout France dans le cadre d'une convention bisannuelle pour la période 2009-2010. À cela s'ajoutent aussi des mesures phares en faveur de la relance du tourisme annoncées par le Président de la République à l'issue du conseil interministériel de l'outre-mer du 6 novembre 2009 : la mise en place d'un véritable contrat de destination pour améliorer la desserte aérienne vers les Antilles, l'assouplissement des régimes de visas pour faciliter la circulation des touristes étrangers et permettre de prospecter de nouvelles clientèles, le développement de l'activité croisières aux Antilles françaises, la bonification du dispositif chèque-vacances lorsqu'il est utilisé pour partir en Guadeloupe et en Martinique, etc.

Données clés

Auteur : [M. Éric Raoult](#)

Circonscription : Seine-Saint-Denis (12^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 56160

Rubrique : Outre-mer

Ministère interrogé : Outre-mer

Ministère attributaire : Outre-mer

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 28 juillet 2009, page 7365

Réponse publiée le : 30 mars 2010, page 3690