



HAL
open science

LE TOURISME EN POLYNÉSIE FRANÇAISE

Jean-Christophe Gay

► **To cite this version:**

Jean-Christophe Gay. LE TOURISME EN POLYNÉSIE FRANÇAISE. Annales de géographie, 1994, 577. halshs-03583693

HAL Id: halshs-03583693

<https://shs.hal.science/halshs-03583693>

Submitted on 22 Feb 2022

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

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

LE TOURISME EN POLYNÉSIE FRANÇAISE

Jean-Christophe GAY

En plein océan Pacifique une poussière d'îles organisées en cinq archipels (carte 1) dont la superficie totale est inférieure de moitié à celle de la Corse : telle est la Polynésie française. Un territoire négligeable si on le mesure à l'aune de nos étendues continentales mais qui l'est moins cependant si l'on considère ses eaux territoriales de 4,8 millions de km². Son intérêt n'est pourtant pas là, pour le moment. Il est plutôt dans le pouvoir évocateur de sa plus grande île, Tahiti, dont la renommée touristique est planétaire. Mais c'est une lourde charge que de devoir incarner l'idée d'un paradis terrestre. Sa force symbolique se heurte à son éloignement et, de plus en plus, à la réalité.

I. DES ÎLES PARMIS D'AUTRES

Alors que la fréquentation touristique ne cesse d'augmenter dans la zone Pacifique, la part de la Polynésie française diminue. Elle enregistre 2,7 % des entrées de touristes dans l'ensemble des îles du Pacifique en 1976, 2,3 % en 1986 et 1,5 % seulement en 1990, avec 132 000 touristes (tableau 1). Même en excluant Hawaï, son importance est faible avec moins de 8 % des entrées. Les principaux États ou Territoires insulaires concurrents sont en train de la distancer, comme les Mariannes du Nord à la fréquentation équivalente en 1986 et bien supérieure en 1990.

Ces chiffres, que l'on peut considérer comme faibles par rapport au prestige dont jouit "Tahiti et ses îles" dans le monde, tiennent d'abord à sa double périphéricité, par rapport aux principaux foyers mondiaux émetteurs de touristes mais aussi à l'intérieur du bassin Pacifique. En effet, le sud-est de cet immense océan semble un angle mort si on le compare au Pacifique Nord. Les flux entre l'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Amérique du Sud sont très limités et n'ont rien à voir avec les échanges entre l'Asie du Sud-Est, le Japon et l'Amérique du Nord. Si l'avion a réduit l'isolement et a provoqué un fort développement touristique, la position des îles ne s'est pas modifiée. Leur distribution est d'autant plus importante que 90 % des touristes les visitant sont originaires de cinq pays bordant l'océan : les États-Unis, le Canada, le Japon, l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

Trois zones d'influence touristiques se partagent le Pacifique. Leur étendue est fonction du volume et du potentiel de mobilité des touristes de chaque foyer émetteur :

- le considérable marché nord-américain est presque totalement absorbé par les îles Hawaï. Près de quatre millions d'Étatsuniens les ont fréquentées en 1990. Cet archipel bénéficie des très bas tarifs en vigueur sur les lignes intérieures du pays, non soumises aux réglementations de l'IATA ;
- le domaine où domine les Japonais est en cours d'extension, eu égard à l'augmentation de ce flux touristique qui est passé entre 1986 et 1990 de 1,4 million à 2,3 millions ;
- quant au secteur australo-néo-zélandais, il se réduit de plus en plus à une couronne autour de ces deux territoires nationaux.

Tableau 1 - La fréquentation touristique des îles du Pacifique en 1990 (Sources : P.A.T.A. et Commission du Pacifique Sud)

La Polynésie française, dans cet environnement sous l'influence nord-américaine, récupère les quelques miettes de ce marché que lui laisse l'État d'Hawaï, cinquante-trois fois plus fréquenté. Sa position a deux conséquences notables sur le flux touristique :

- l'avion étant le vecteur largement dominant des visiteurs de la Polynésie française (96 % l'ont utilisé pour s'y rendre en 1992) le Territoire en est donc tributaire ;
- l'éloignement des principaux marchés est un facteur d'irrégularité et d'instabilité de la fréquentation.

II. LES TOURISTES

Alors que le flux touristique n'avait que peu varié depuis les années trente (700 touristes en 1932), la mise en service en 1960 de l'aéroport de Faaa, à quelques kilomètres du centre de Papeete, sur l'île de Tahiti, provoqua une forte augmentation de sa fréquentation passant de 1 472 touristes en 1959 à 8 563 en 1961. Jusqu'en 1974 la progression fut régulière et l'on dépassa, cette année-là, les 84 000 touristes. Cela correspondait à une période de pleine croissance économique dans les pays développés et à une nette amélioration de l'accessibilité par la mise en service des premiers avions long-courriers à réaction, B 707 et DC 8. À partir de 1975, les effets de la crise économique et les fluctuations du dollar rendirent la fréquentation plus irrégulière¹. Cette évolution se poursuit encore aujourd'hui (doc.1). À ces données conjoncturelles globales viennent s'ajouter des facteurs d'instabilité plus localisés. Ainsi la campagne de boycott du Territoire contre les expériences nucléaires françaises, menée en 1975 par les compagnies aériennes du Pacifique, notamment la QANTAS, ou la guerre du Golfe en 1991 provoquèrent une baisse sensible du nombre des entrées touristiques. Inversement, les seules croisières du paquebot "Liberté" en 1986 attirèrent 33 000 personnes cette année-là.

Nous avons classé sur le document II le flux touristique de 1992 en fonction du nombre d'heures de vol minimum nécessaire aux touristes pour venir de leur pays d'origine, que la Polynésie française soit la seule destination de leur voyage ou qu'elle fasse partie d'un circuit. Ceci permet d'apprécier l'effort consenti. À peine plus du tiers des touristes est à moins de dix heures de vol et 21 % à plus de vingt heures. Même si "Tahiti et ses îles" n'est pas l'unique destination de 40 % des touristes durant leur voyage, parcourir de telles distances témoigne de la persistance de leur attrait mythique, qui va faire rêver la plupart et en faire venir certains (tableau 2).

Tableau 2 Caractéristiques des principaux marchés émetteurs en 1992 (Source : Service du Tourisme de la Polynésie française)

* voyages dont l'unique but est la Polynésie française et s'opposant aux voyages de circuit.

A. Les Étatsuniens

Ils sont les plus nombreux à s'être rendus en Polynésie française en 1992 mais leur part à tendance à décroître. Ce pays a toujours été le principal marché du tourisme polynésien, apportant régulièrement de 45 à 50 % de sa clientèle, et même plus de 60 % en 1986. Il ne représente plus en 1992 que 29 % de l'ensemble avec 36 000 touristes, contre plus de 40 000 tout au long des années quatre-vingt. Le repli du dollar vis-à-vis du franc CFP et la crise économique qui touche le pays expliquent partiellement ce recul. La baisse importante des tarifs aériens en 1992 n'a pas eu les effets escomptés sur ce formidable foyer émetteur de touristes. Ils sont aussi de plus en plus nombreux à venir dans le cadre d'un circuit transpacifique ou en croisière, ce qui réduit la durée de leur séjour, mais la suppression en

octobre 1992 d'une fréquence hebdomadaire de la compagnie QANTAS sur la ligne Los Angeles-Papeete-Sydney va pénaliser ce trafic de circuit touristique. Des études de satisfaction ont révélé que les Étatsuniens étaient très critiques à l'égard de la cherté de la vie polynésienne, alors qu'ils classent le Territoire au sixième rang des destinations souhaitées, selon une enquête faite auprès de 2 500 personnes ayant voyagé à l'extérieur des États-Unis au cours des douze derniers mois.

B. Les Australiens et les Néo-Zélandais

Ce marché est en net recul depuis 1990, puisqu'en trois ans leur nombre est passé de 16 000 à 11 000. Ce phénomène que l'on constate aussi en Nouvelle-Calédonie² s'explique par les problèmes économiques de ces deux pays et par la baisse de plus de 30 % des dollars australien et néo-zélandais par rapport au franc CFP depuis 1989. Une enquête de marché menée en 1991 en Australie³ a montré que la Polynésie française subit une double concurrence, d'abord intérieure avec le Queensland et ses îles de la Grande Barrière⁴, ensuite extérieure avec les Fidji et Hawaï, mieux connues, ainsi que le Vanuatu et la Nouvelle-Calédonie, destinations jugées plus originales. Les Australiens sont nombreux à considérer le Territoire comme très éloigné, extrêmement onéreux et à la population inamicale.

C. Les Japonais

Le Japon constitue le grand espoir des responsables polynésiens en matière de tourisme. Depuis mai 1989, Air France assure à nouveau une liaison hebdomadaire directe entre Tokyo-Papeete et qui n'avait fonctionné précédemment que de 1973 à 1977. Avant ce vol, le marché japonais restait pratiquement inexploité. Au cours des années quatre-vingt on comptait à peine plus de 2 000 touristes japonais sur le Territoire annuellement, alors que le nombre de leurs départs internationaux était de plusieurs millions. En 1992, ils étaient près de 15 000 mais ces résultats intéressants sont limités par cette fréquence hebdomadaire unique. Il s'agit d'un tourisme de destination pratiqué par une population jeune (73 % d'entre eux ont moins de 35 ans) attirée par l'image balnéaire paradisiaque de Tahiti. Extrêmement exigeant en matière d'organisation, les Japonais se plaignent du manque d'activités et des faibles possibilités de shopping qu'offre le Territoire.

D. Les Européens

Avec plus de 26 000 touristes en 1992, les Européens non Français constituent plus de 21 % du total des entrées touristiques. Avec le Japon, il s'agit du marché actuellement le plus dynamique, puisqu'ils étaient moins de 10 000 en 1980, soit 11 % de l'ensemble. La durée relativement courte de leur séjour en Polynésie française (9,4 jours), eu égard au temps de vol, s'explique par le fait que deux tiers d'entre eux pratiquent un tourisme de circuit, le Territoire ne constituant qu'une escale, avec les îles Cook et Hawaï, entre la Côte Ouest des États-Unis et l'Australie ou la Nouvelle-Zélande, circuit que propose AIR NEW ZEALAND à des prix très attractifs au départ de l'Europe.

E. Les Français métropolitains

Ce flux touristique est lui aussi très important (15,8 % du total) et profite actuellement d'une baisse sensible des tarifs aériens, en raison de la mise en place d'une desserte charter par la compagnie AOM, et aussi CORSAIR depuis décembre 1992 dont les conséquences ne pourront être appréciées qu'à terme. Des séjours d'une semaine sur le Territoire, au départ de Paris, sont aujourd'hui proposés à moins de 10 000 FF. Les Français se singularisent des autres

touristes par la durée moyenne de leur séjour, supérieure à vingt jours, et parce qu'il s'agit surtout de personnes rendant visite à des amis ou à de la famille donc fréquentant peu les hôtels.

La représentation qu'ont les touristes de la Polynésie française et qui oriente leurs pratiques éclaire l'organisation de son espace touristique. L'analyser c'est donc aussi aborder les questions qui touchent à la construction sociale du mythe polynésien.

III. LES INVENTIONS DE LA POLYNÉSIE

"... un paysage monotone, le sol blanc qui éblouit et fatigue autant que le miroitement de la mer, les risques des perpétuelles descentes sur les récifs, des tempêtes et des cyclones..."

Bodin H., "Quelques souvenirs des Tuamotu", *Bulletin de la Société des Études Océaniques*, n° 40, 1931, p. 170.

Promu au statut de paradis au XVIIIe siècle, la Polynésie va garder cette image de marque jusqu'à nos jours. Cependant ses lieux touristiques furent à plusieurs reprises inventés, c'est-à-dire que cette activité provoqua des utilisations inédites et successives des îles. Jusqu'à la seconde guerre mondiale, le tourisme incorpora de nouveaux territoires à ceux utilisés traditionnellement par la société maohi. En effet, alors que les Polynésiens n'occupaient que le littoral et que l'intérieur était un "non-lieu social"⁵, les premiers "voyageurs" venant d'Europe ou d'Amérique du Nord s'intéressèrent d'abord à la montagne. L'étude des articles parus sur le tourisme au cours de la première moitié du XXe siècle dans le *Bulletin de la Société des Études Océaniques* révèle l'occultation du littoral au profit de l'intérieur. Sur les vingt-trois textes parlant du tourisme dans les Établissements français de l'Océanie que nous avons recensés, douze traitent uniquement de la montagne. Quant aux autres qui portent sur une île entière, il n'est presque jamais fait mention du littoral et de ses plages. On y parle de sentiers de montagne ou de gîtes. L'inversion des polarités des îles ne se produisit qu'après 1945. Le "désir collectif du rivage"⁶ n'y fut donc ressenti que tardivement par rapport à l'Europe, comme si les premiers touristes en Polynésie tentaient d'échapper à ce mouvement européen.

Désormais le territoire touristique, en se limitant à l'étroite plaine littorale, correspond aux lieux pratiqués par la société autochtone mais il les détourne de leur utilisation traditionnelle et en sélectionne certains au détriment d'autres. Cette imagerie touristique repose aujourd'hui sur quelques stéréotypes paysagers universellement appréciés. Les plages de sable blanc, bien que rares dans l'île la plus fréquentée par les touristes, Tahiti, sont un décor indispensable à une bonne promotion, tout comme les cocotiers. Avec les bungalows sur pilotis des hôtels, on crée l'illusion de l'authenticité polynésienne, car bien peu fréquent était ce type d'habitat dans la vie traditionnelle. Naguère répulsifs, les atolls - ceux de l'archipel des Tuamotu notamment - sont devenus la figure emblématique des îles des "Mers du Sud" même s'ils restent peu visités. Mais ces images touristiques seraient inefficaces si le touriste ne participait pas à leur formation. Ainsi les cartes postales commercialisées en 1988 ne sont pas représentatives des paysages de la Polynésie française mais coïncident à l'iconographie mythique (tableau 3). Les plages sont l'unique sujet de plus de 35 % de l'ensemble des cartes postales et si l'on inclut les bungalows hôteliers, sur pilotis ou en bord de mer, ainsi que les activités folkloriques qui les utilisent pour cadre, on atteint les 70 %. L'examen des ventes renforce ce constat : les plus gros succès représentent ces paysages littoraux mythiques, alors que les photographies de la montagne ont toutes été des échecs.

Cependant les plages de sable blanc et le soleil ne suffisent plus. Le Territoire doit s'individualiser de ses concurrents en proposant des activités ou en mettant de plus en plus souvent en avant la culture locale traditionnelle et son folklore. Les dépliants et brochures d'information insistent beaucoup sur le patrimoine culturel, la cuisine tahitienne, les danses, les chants et les instruments de musique. La culture de la perle noire est intégrée aux légendes polynésiennes. On tente de valoriser le mythe du paradis et de l'authenticité en invoquant le retour dans le temps du voyage pour "Tahiti et ses îles" : "*The ultimate adventure is to go back in time*" comme le dit une page publicitaire destinée à des revues nord-américaines. Ces stratégies ne concernent pas de la même manière l'ensemble du Territoire et s'adressent à une clientèle particulière. Il faut donc tenir compte des représentations et des motivations des visiteurs lorsqu'on aborde l'organisation de son espace touristique, car des pratiques sociales, tels que les comportements de distinction, ont leur traduction spatiale.

Tableau 3 L'image exportée de la Polynésie française :
les cartes postales en vente en 1988

IV. L'ORGANISATION DE L'ESPACE TOURISTIQUE

La fréquentation des îles est difficile à apprécier. Il faut se contenter de quelques enquêtes ponctuelles menées dans les avions en 1980, 1981 et 1985 et portant sur des échantillons inégaux. Il apparaît que plus de quatre touristes sur cinq visitent Tahiti, deux sur cinq Moorea, un sur trois Bora Bora, alors que la fréquentation des autres îles progresse tout en restant encore très faible. On peut s'intéresser aussi au flux des touristes internationaux sur les vols intérieurs assurés par Air Tahiti. Bora Bora domine largement suivie de Rangiroa, dans l'archipel des Tuamotu. À ce trafic aérien il faudrait ajouter les touristes empruntant le bateau, très nombreux pour Moorea puisque cette île n'est qu'à une heure de traversée de Tahiti.

Enfin l'analyse de l'hébergement touristique est une autre façon d'appréhender la fréquentation des îles. Les formes d'accueil se sont diversifiées grâce notamment à la politique touristique suivie à partir de la fin des années soixante-dix et qui a cherché un développement équilibré en favorisant la petite hôtellerie, ceci afin d'élargir la clientèle et de développer les îles éloignées. Elle succédait aux actions de l'Office du tourisme dans les années soixante qui avait encouragé la construction de grands et luxueux complexes hôteliers de classe internationale, à proximité du lieu d'arrivée des touristes, c'est-à-dire dans l'agglomération de Papeete. Sa brochure d'appel de 1960 ne voulait-elle pas faire de Tahiti "le rendez-vous des élites mondiales" ? Cependant aujourd'hui, les hôtels classés représentent encore plus des trois quarts de la capacité totale d'accueil et constituent toujours le mode principal d'hébergement. La démocratisation escomptée reste timide. Près de la moitié des touristes visitant la Polynésie française fait partie des classes aisées, professions libérales ou cadres supérieurs, en comptabilisant les épouses sans profession. Cette population est bien évidemment encline à fréquenter une hôtellerie de luxe dépendant de grandes chaînes internationales (Sofitel, Hyatt...) et localisée à Tahiti, Moorea et Bora Bora. Néanmoins, la parahôtelière (petite hôtellerie, pensions de famille, chambres chez l'habitant...) a pris de l'importance et correspond à plus du cinquième de la capacité totale d'accueil, contre moins du dixième il y a dix ans et moins du vingtième il y a vingt-cinq ans (tableau 4). Le camping a fait récemment son apparition.

Tableau 4 La capacité d'accueil hôtelière et parahôtelière en 1992
(Source : Service du Tourisme et Délégation au Développement des Archipels)

A. Le déclin de Tahiti

Alors que les touristes venant d'Europe ou d'Amérique du Nord, jusque dans les années trente, avaient leurs premiers contacts avec les Établissements français de l'Océanie aux îles Marquises, l'avion a avantaagé de façon décisive l'archipel de la Société et l'île de Tahiti, surtout à partir de 1960, lorsqu'elle est devenue le point de passage quasi obligé de tous les touristes. Cependant sa domination s'étirole puisque la part de sa capacité hôtelière par rapport à la capacité hôtelière totale est passée de 80 % en 1967 à 53 % en 1980 et à 47 % aujourd'hui (36,9 % si l'on tient compte de la parahôtellerie). Le document III permet d'apprécier le repli relatif de Tahiti, dépassée à partir de 1985 par les autres îles réunies.

L'environnement et la qualité de la vie se sont rapidement dégradés dans l'agglomération de Papeete en pleine croissance. Le plus beau site littoral fut détruit à la fin des années cinquante pour que soit installé la piste de l'aéroport de Faaa or, c'est dans cette partie nord-ouest de l'île, la plus urbanisée, que sont installés la plupart des hôtels les plus prestigieux du Territoire. L'insatisfaction des touristes ne cesse de croître. En 1972 une enquête avait révélé que le degré de satisfaction des touristes ayant séjourné sur le Territoire était beaucoup plus élevé chez ceux qui avait visité plusieurs îles que chez ceux qui étaient restés à Tahiti (84 % contre 64 %). En 1987, deux tiers des mille Étatsuniens interrogés trouvèrent leur séjour à Tahiti ennuyeux et passable. La cherté de la vie, la pollution et la malpropreté de l'île étaient les principaux aspects négatifs cités. Ceci explique les stratégies en cours de relocalisation de l'activité touristique sur les îles de Moorea et Bora Bora⁷. Certains hauts responsables admettent ouvertement que le visiteur doit rester le moins longtemps possible à Tahiti. On conseille aux "tour-opérateurs" de ne plus vendre de séjour en Polynésie française seulement sur cette île. "Tahiti" n'est plus qu'un "nom d'appel", ce sont d'autres îles qui sont chargées de bien accueillir les touristes.

B. Moorea/Bora Bora : l'axe du mythe

Les deux îles réunies ont une capacité d'accueil équivalente à Tahiti. Ce sont elles qui ont le plus bénéficié du recul relatif de l'île principale, mais si la proximité de Tahiti vouait Moorea à ce rôle de relais, Bora Bora a dû fonder sa renommée mondiale sur d'autres bases. Révélée en Métropole par Alain Gerbault dans les années trente, l'installation de Paul-Émile Victor l'a aussi bien servie. L'occupation étatsunienne pendant la deuxième guerre mondiale l'a faite connaître en Amérique du Nord. Bien reliées à Tahiti par voies aérienne et maritime, elles représentent aujourd'hui un des modèles de "destinations plage-soleil". Elles ont pour elles des plages de sable blanc, un lagon, des îlots coralliens - les *motu* - notamment Bora Bora qui est un presque-atoll. La majorité des photographies de la Polynésie française les représente (51,6 % des cartes postales, voir tableau 3) et le motu Tapu à Bora Bora est sûrement l'îlot le plus photographié du monde. Quelques structures hôtelières renommées et le Club Méditerranée, installé à Moorea depuis 1962, asseyent leur prestige. Bora Bora exerce toujours une forte attraction sur une riche clientèle nord-américaine. Les dégâts occasionnés par le cyclone Wasa en décembre 1991, en particulier sur les bungalows sur l'eau des plus grands hôtels, ont fortement réduit sa fréquentation en 1992.

Cet axe du mythe, orienté Sud-Est/Nord-Ouest, est souligné par les croisières hebdomadaires, au départ de Tahiti, du "Wind Song", luxueux paquebot à voile. Cependant ces dernières années de nouvelles formes d'hébergement y sont apparues comme les gîtes ou les campings qui ont amené une clientèle plus jeune et essentiellement européenne.

C. Le reste des îles de la Société : en marge du mythe

Si certaines ne sont pratiquement pas visitées (Maiao, Tupai, Maupihaa, Manuae, Motu-One), d'autres ont une fréquentation notable comme Huahine ou Raiatea mais pâtissent de leur éloignement à Tahiti et de la concurrence de Moorea et de Bora Bora. Rares sont les touristes étrangers qui s'y rendent, leurs visiteurs sont essentiellement les résidents métropolitains affectés pour quelques années sur l'île de Tahiti. L'hébergement y est donc plus réduit mais aussi plus simple, la parahôtellerie l'emportant même sur les hôtels classés dans les îles peu fréquentées. Raiatea occupe une place particulière en raison du développement récent de sa base nautique et de la location de voiliers avec ou sans équipage, car sa situation, au cœur des Îles Sous-le-Vent, permet des croisières faciles sans longues traversées vers Tahaa, Bora Bora, Maupiti et Tupai.

D. Rangiroa : porte de l'aventure

Le plus grand atoll du Territoire, dans l'archipel des Tuamotu, a connu un développement touristique notable qu'il doit à sa bonne accessibilité aérienne et à sa vocation marquée pour les activités nautiques, notamment la plongée qui attire particulièrement les Italiens. Le manque d'eau et l'isolement rendent l'accueil hôtelier et parahôtelier plus inconfortable, mais ces inconvénients deviennent des arguments de vente car il existe une demande pour ce genre de produit "naturel" notamment parmi les jeunes nord-américains et européens. "L'aventure douce" proposée repose sur un "retour à l'essentiel" et sur les "joies d'une existence sauvage et vraie", comme le dit le dépliant d'un nouvel hôtel.

E. La Polynésie de l'aventure

Les archipels des Tuamotu, des Gambier, des Australes et des Marquises ne voient que rarement des touristes. L'accueil se fait essentiellement chez l'habitant. Les activités y sont rares, des coupures d'eau, un hébergement réduit et fluctuant donnent aux visiteurs l'impression d'un dépaysement et d'un exotisme total, un parfum d'aventure en quelque sorte. S'ajoute à cela pour les Marquises les exils de Gauguin et de Brel, très séduisants auprès des Français. Mais ces îles dont l'image est l'inverse de celle des paradis mythiques, où l'absence de plage est synonyme de virginité, où le manque de confort équivaut à un retour dans le temps, sont difficilement accessibles. Certaines n'ont pas de pistes d'aviation, le seul moyen de les visiter est le bateau. Actuellement une campagne est menée pour promouvoir les croisières de l'"Aranui", cargo mixte régulier faisant découvrir les Marquises au départ de Papeete⁸. À plus long terme, il s'agirait de les intégrer dans un circuit "culturel" polynésien, comprenant l'île de Pâques et la Nouvelle-Zélande.

CONCLUSION : LE TOURISME DANS LA VIE POLYNÉSIEENNE

Première source de devises étrangères du Territoire, le tourisme souffre de multiples imperfections qui privent la Polynésie française de nombreux visiteurs. D'abord, les sites sont mal aménagés, bien que des efforts ont été accomplis ces dernières années. Les activités proposées sont insuffisamment diversifiées. Ainsi, malgré une demande croissante, rares sont ceux qui organisent des randonnées pédestres ou en véhicules tout terrain dans les parties intérieures des îles. La plupart des gîtes actuellement n'ont pas le standard international minimum. Dans les hôtels⁹, l'accueil est très médiocre car, s'il existe des formations professionnelles orientées vers le tourisme, beaucoup de diplômés ne travaillent pas par la suite dans ce secteur qui emploie plus de 2 500 personnes sur le Territoire et plus du tiers des actifs à Moorea et Bora Bora. Nombreux sont ceux qui cherchent à rentrer dans l'administration où les salaires sont plus élevés, phénomène que l'on retrouve en Nouvelle-Calédonie.

Les conséquences du tourisme sur l'environnement et sur la société restent faibles vu la relative modestie du flux de visiteurs, hormis sur les deux petites îles bien fréquentées de Moorea et de Bora Bora. La concentration plus forte qu'ailleurs de touristes pose ici le problème des ordures ménagères et de leur élimination. Les décharges à ciel ouvert se multiplient et, à défaut d'une usine de traitement, certains hôtels de Bora Bora n'hésitent pas à louer des terrains pour y établir des dépôts d'ordures. Le creusement de chenaux dans le lagon, la construction d'épis par les hôtels pour engraisser leurs plages modifient la dynamique des courants lagonaires et des formes d'érosion anthropique du littoral apparaissent, comme dans le secteur très sensible et très touristique de la pointe Matira, à Bora Bora. Même si le tourisme n'est pas le principal responsable, la dégradation de l'environnement peut remettre en cause, dans un avenir relativement proche, cette activité. Les multiples rejets (eaux usées, bouteilles plastiques...), l'extraction de matériaux coralliens, l'existence de vastes décharges plus ou moins bien camouflées entament le seul véritable atout d'un Territoire en voie de surpeuplement et qui n'a pas pris véritablement conscience du danger qui le guette. Contrairement à un certain nombre de destinations touristiques de la zone tropicale, il n'existe pas de "choc de civilisations" ni de contrastes frappants de niveaux de vie entre les touristes et la population locale. Non tentée par l'opulence touristique, la société ne se sent pas impliquée dans ce secteur qui peut, à terme, devenir vital si le ralentissement de l'activité du Centre d'Expérimentation du Pacifique se poursuit et se confirme. Des campagnes pour l'accueil à la télévision et dans les journaux n'ont eu aucun effet.

Les prévisions du milieu des années quatre-vingt, qui estimaient la fréquentation touristique au début des années quatre-vingt-dix à 200 000 personnes annuellement, se sont révélées fausses. Il n'y a pas lieu de s'en étonner car même si les professionnels du marketing touristique réutilisent le mythe, né au XVIII^e siècle et bien analysé dans la thèse de Philippe Bachimon, du voyage à Tahiti considéré comme un "retour aux origines de l'humanité"¹⁰, ils se heurtent toujours à la faible compétitivité de la Polynésie française dans un environnement pacifique et asiatique proposant aux touristes potentiels des produits plus proches et de meilleures qualités. En effet, le Territoire est toujours handicapé par des niveaux de vie anormalement élevés, par une offre disparate et inorganisée et par un profond isolement qui

explique les fortes valeurs du rapport prix-distance appliquées aux liaisons aériennes vers Tahiti. Ceci, s'ajoutant à son éloignement, rend ce mode de transport extrêmement onéreux.

ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE

- Air Tahiti. Statistiques passagers.
- Blanchet G., "Le tourisme en Polynésie française ou le rêve à l'épreuve des faits", *Îles et Archipels*, n° 10, 1989, pp. 223-236.
- Cazes G., "L'île tropicale, figure emblématique du tourisme international", *Îles et Archipels*, n° 10, 1989, pp. 37-53.
- Cazes G., *Les nouvelles colonies de vacances ?*, Paris, L'Harmattan, 1989, 336 p.
- Doumenge F., *L'homme dans le Pacifique Sud*, Paris, Société des Océanistes, 1966, 635 p.
- Gay J.- Ch., "La distance et la promotion d'un produit touristique insulaire : Tahiti et ses îles", *L'Espace géographique*, n° 2, 1990-1991, pp. 149-157.
- Gay J.- Ch., "Le tourisme en Polynésie française", *Atlas de la Polynésie française*, Paris, ORSTOM, 1993.
- Knafo R., "L'invention du tourisme", *Encyclopédie de Géographie*, Paris, Économica, 1992, 1 132 p., pp. 851-864.
- O.P.A.T.T.i. (Office de Promotion et d'Animation Touristique de Tahiti et de ses îles). Documents divers.
- Pacific Asia Travel Association. Documents divers.
- Service du Tourisme de la Polynésie française. Documents divers.
- Urbain J.-D., *L'idiot du voyage*, Paris, Plon, 1991, 275 p.
- Vernaudon Ch., "Tourisme : potentiels et implantations", *Atlas de la Polynésie française*, Singapour : Times Éditions/Les Éditions du Pacifique, 1988, 79 p., pp. 64-67.
- Vignerot E. et al., "La France du lointain", *La documentation photographique*, n° 7012, 1992.

Résumé : Isolée dans le sud-est de l'Océan Pacifique, la Polynésie française jouit d'un renom international. Cependant sa fréquentation touristique a tendance à stagner depuis 1985 aux environs de 130 000 touristes par an, alors que ses principaux concurrents dans le Pacifique affichent des progressions souvent spectaculaires. Jouer sur les stéréotypes tropicaux balnéaires (plage de sable blanc, cocotiers...) ne suffit plus, d'autant qu'ils ne correspondent pas à la réalité tahitienne. Cette île a vu son importance décroître depuis trente ans et n'est plus que le "nom d'appel" de Moorea et de Bora Bora, qui sont devenues les deux figures emblématiques du tourisme polynésien.

Mots-clés : Tourisme ; Représentation ; Polynésie française ; Tahiti ; Océan Pacifique.

Abstract : *Tourism in French Polynesia.*

French Polynesia, isolated in the South-Eastern part of the Pacific Ocean, is internationally renowned. Nevertheless, its touristic frequenting has shown, since 1985, a tendency to stagnate around 130 000 tourists a year, whereas its main competitors in the Pacific show spectacular progress. Today, it's not enough to appeal to seaside tropical stereotypes - white sand beaches, coconut trees... - in so much as it doesn't tally with the tahitian reality. French

Polynesia has seen its importance decrease again and again for thirty years and is now, only the generic name for Moorea and Bora Bora which have become the two symbolic figures of polynesian tourism.

Keywords : Tourism ; Representation ; French Polynesia ; Tahiti ; Pacific Ocean.

CARTE 1/MAP 1 THE FRENCH POLYNESIA

DOC. 1 EVOLUTION OF THE TOURISTIC FREQUENTING OF FRENCH POLYNESIA

Number of tourists by thousands

Years

DOC. 2 NUMBER AND ORIGIN OF TOURISTS IN 1992

Number of tourists

Time of flight to go to French Polynesia

Hawaii

Australia and New Zealand

Japan and Western coast of the U.S.A.

Rest of the North America and South America

Europe

DOC. 3 COMPARED EVOLUTION OF TOURIST ACCOMMODATION IN TAHITI AND IN THE OTHER ISLANDS OF FRENCH POLYNESIA

Number of rooms

Years

Tahiti

Other islands