



Développer la connaissance des phénomènes touristiques  
pour une meilleure aide à la décision

---

# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2018





# Table des matières

I.	La création du CETOP .....	5
A)	La composition du CETOP.....	6
B)	Le logo du CETOP .....	8
C)	Démarrage officiel du CETOP : Signature de la Convention entre le Ministère du Tourisme et l'Université de la Polynésie française le 13 septembre 2018.....	9
D)	Les axes d'études du CETOP.....	10
1.	Représentations .....	10
2.	Réseaux Sociaux .....	10
3.	Organisations et opérateurs .....	11
4.	Prospective et aide à la décision économique .....	11
5.	Anthropologies et géographie du tourisme.....	12
II.	Echanges internationaux .....	12
A)	Participation des chercheurs du CETOP à diverses conférences locales ou internationales.....	12
B)	Organisation du 6 <sup>ème</sup> QATEM Workshop .....	13
C)	Participation à la 3 <sup>ème</sup> édition de la Conférence du PIURN ( <i>Pacific Islands Universities Research Network</i> ) en Polynésie française.....	14
D)	Le site internet du CETOP : vitrine du tourisme et outil de sensibilisation des professionnels, des « universitaires », des étudiants et de la population.....	16
III.	Apports académiques .....	18
A)	Accompagnement des jeunes polynésiens vers les métiers du tourisme .....	18
1.	Réouverture de la Licence professionnelle « management des organisations hôtelières et touristiques ».....	18
2.	Mobiliser des étudiants sur des problématiques touristiques. ....	19
3.	Sensibiliser aux enjeux du tourisme près de 200 étudiants de Master et Licence lors de conférences et séminaires. ....	19
4.	Conforter les étudiants de Master 2 Management qui font leur mémoire sur le tourisme. ....	20
5.	Soutenir des étudiants polynésiens dans des projets de thèses consacrées au tourisme. ....	20
B)	Formation des chercheurs .....	21
C)	Accueil de professeurs invités du CETOP .....	21
D)	Participation au conseil éditorial de la revue <i>Tourism Economics</i> .....	21
IV.	La mise à disposition d'outils .....	22

A)	La mise à disposition de données brutes et analysées sur le tourisme en Océanie-Pacifique .....	22
B)	Baromètre d'appréciation de la e-réputation .....	22
V.	Publications et communication .....	23
A)	Publications scientifiques (articles dans revues ; chapitres d'ouvrage, actes, etc.) .....	23
B)	Communications dans une conférence académique .....	23
1.	Conférences tenues à l'étranger .....	23
2.	Conférences tenues en Polynésie française .....	24
C)	Diffusion au public / Vulgarisation de la recherche .....	26
1.	Articles de presse et interviews .....	26
2.	Billets « parole d'expert » sur le site web du CETOP .....	26
VI.	Les principaux résultats des recherches .....	27
A)	Axe représentations .....	27
1.	De la satisfaction du touriste par l'orientation expérientielle pour des comportements post-séjours positifs .....	27
2.	Des conditions de vie économiques et sociales laissant les touristes indifférents .....	28
3.	La mesure du sentiment social : vers un baromètre d'e-réputation d'une destination .....	29
4.	Degrés de sensibilisation de la population polynésienne au tourisme .....	30
B)	Axe organisations et opérateurs .....	30
1.	Une bonne gouvernance du tourisme, vecteur clef du développement touristique .....	30
2.	Un mode de gouvernance adapté au tourisme durable .....	31
3.	Le patrimoine culturel comme vecteur d'innovation de la destination Polynésie française .....	31
4.	Vers une mesure du tourisme durable en Polynésie française .....	32
C)	Axe prospective et aide à la décision économique .....	33
1.	Analyse des flux touristiques internationaux .....	33
2.	Le développement du tourisme dans les économies insulaires du Pacifique .....	35
D)	Conclusion générale .....	36

## Introduction

Le projet de la création du Centre d'Etudes du Tourisme en Océanie-Pacifique (CETOP) est issu de la rencontre entre des enseignants chercheurs de l'UPF, spécialisés en tourisme, avec les professionnels du tourisme de la Polynésie française et notamment le Ministère du Tourisme et Tahiti Tourisme. Ces échanges ont permis de faire émerger le besoin de ces différents interlocuteurs pour des données et des outils de compréhension approfondie des phénomènes touristiques. Un certain nombre de leurs problématiques sont en effet actuellement sans réponse.

Le CETOP se propose d'apporter, au travers d'études ponctuelles et périodiques, des réponses adaptées à leurs questionnements.

L'Océanie et sa multitude d'îles représente une région importante d'accueil des touristes.

La région émettrice de ces voyageurs est essentiellement le Pacifique, c'est la raison pour laquelle le champ d'étude du CETOP se veut large et englobe l'Océanie-Pacifique. Cet espace géographique permettra d'envisager des études de la demande ainsi que de l'offre de séjours.

## I. La création du CETOP

La création du CETOP est abordée au Conseil des Ministres le 07 Mars 2018.<sup>1</sup> Y sont évoqués deux projets de partenariat avec l'Université de la Polynésie française dans le domaine du tourisme dans le cadre du déploiement de la stratégie du tourisme 2015-2020 du gouvernement :

- La création d'une Licence professionnelle « management des organisations hôtelières et touristiques » ;
- La création d'un Centre d'étude universitaire du tourisme en Océanie/Pacifique (CETOP) afin de formaliser la mise en place d'un programme d'études dans le domaine du tourisme en Polynésie française et dans le Pacifique sud insulaire.

Le 14 mai 2018, la Ministre du Tourisme Madame Nicole BOUTEAU et le Président de l'Université de la Polynésie française Monsieur Patrick CAPOLSINI signent la Convention n°03227 relative à la mise en œuvre du programme de recherche « Centre d'Etudes du Tourisme en Océanie-Pacifique ».

Enfin, le 13 septembre 2018, une cérémonie officielle sur le campus de l'Université de la Polynésie française a marqué symboliquement le démarrage du CETOP.

---

<sup>1</sup> Article de Polynésie Première sur le Conseil des Ministres du 07 Mars 2018 : <https://la1ere.francetvinfo.fr/polynesie/tahiti/polynesie-francaise/au-conseil-ministres-du-7-mars-2018-566927.html>

## A) La composition du CETOP

**Pierre GHEWY** : Maître de Conférences en Sciences de Gestion spécialité Marketing à l'Université de la Polynésie française.

Spécialités : comportement du consommateur, tourisme, gestion de la marque.

*Co-fondateur du CETOP.*

**Yann RIVAL** : Maître de Conférences en Sciences de Gestion à l'Université de la Polynésie française. Directeur Adjoint du Département Droit Economie-Gestion.

Responsable pédagogique du Master Management et Commerce International.

Responsable Pédagogique de la 2<sup>ème</sup> année de la Licence Economie-Gestion.

Spécialités : stratégie et technologies de l'information, communication, tourisme.

*Co-fondateur du CETOP.*

**Sylvain PETIT** : Maître de conférences en Sciences Economiques à l'Université de la Polynésie Française (laboratoire GDI et laboratoire IDP de Valenciennes).

Responsable de l'équipe pédagogique de la Licence d'Economie-Gestion.

Responsable pédagogique de la Licence professionnelle Management des organisations hôtelières et touristiques et du Diplôme d'Université de Guide touristique.

Membre du comité exécutif de l'IATE (International Association for Tourism Economics).

Spécialités : économétrie, tourisme international et développement local.

**Christophe BENAVENT** : Professeur des Université en Sciences de Gestion à l'Université Paris Ouest, Nanterre La Défense.

Directeur de l'Ecole Doctorale EOS. Directeur scientifique au pôle digital de l'ObSoCo.

Spécialités : marketing digital, culture, nouvelles technologies.

**Vincent DROPSY** : Maître de conférences en Sciences Economiques à l'Université de la Polynésie Française.

Spécialités : économie internationale, macroéconomie, finance internationale, tourisme.

**Jean-Claude OULE** : Professeur Agrégé en Economie-Gestion à l'Université de la Polynésie française. Diplômé d'expertise comptable.

Spécialité : *Asset management* et systèmes de *reporting* des groupes hôteliers.

**Gil MONTANT** : Enseignant-chercheur en Sciences de Gestion à l'Université de la Polynésie française. Spécialité : microéconomie.

**Loïs BASTIDE** : Maître de Conférences en Sociologie à l'Université de la Polynésie française.

**Yannis BELLE** : Doctorant en Sciences de Gestion à l'Université de la Polynésie française et à l'Université de Nantes. Spécialités : petite hôtellerie, adoption des systèmes d'information.

**Mondher SAHLI** : Associate Professor in Economics à la Victoria University of Wellington (VUW) en Nouvelle-Zélande. Directeur du programme de Bachelor in Tourism Business. Secrétaire Général de l'IATE (International Association for Tourism Economics). Spécialités : économie du tourisme, croissance et commerce international.

**Neelu SEETARAM** : Professeur d'Economie à l'Université d'Huddersfield au Royaume-Uni. Membre du comité exécutif de l'IATE (International Association for Tourism Economics). Spécialités : économie du tourisme, commerce international et flux migratoires.

**Jean-Jacques NOWAK** : Maître de conférences en Sciences Economiques à l'Université de Lille. Spécialités : économie du tourisme, croissance et commerce international

**Linjia ZHANG** : Associate Professor in Economics à la Xi'an Jiaotong-Liverpool University en Chine. Spécialités : benchmarking, performance, tourisme.

**François DE GRANDPRE** : Professeur d'Economie à l'Université Québec Trois Rivières au Canada. Spécialités : diagnostics touristiques.

**Zaher HALLAB** : Professeur au département des loisirs et de l'hôtellerie à l'Université d'Etat de Californie, Baie Est, Hayward aux Etats-Unis. Membre des sociétés : Travel and Tourism Research Association ; International Society of Travel and Tourism Educators et de l'International Society of Quality of Life Studies. Spécialités : gestion hôtelière, management du tourisme.

**Thi Thu Duong HA** : Professeur de Marketing de la Faculté d'Economie-Gestion à Hô Chi Minh Open University au Viêt Nam. Directrice du Département Tourisme. Spécialités : management interculturel, comportement du consommateur, tourisme culinaire.

**Cécile CLERGEAU** : Professeur des Universités en Economie et Management à l'Université de Nantes. Directrice du Centre de Management International Franco-Chinois. Présidente d'honneur de l'Association Francophone de Management du Tourisme. Spécialités : management du tourisme.

**Sémir AL WARDI** : Maître de conférences en Sciences Politiques à l'Université de la Polynésie Française. Spécialités : contexte politique polynésien, relations entre l'Etat et les autorités locales, analyse comparative de la vie politique en Océanie.

**Nicolas PEYPOCH** : Professeur des Universités en Sciences Economiques à l'Université de Perpignan, Via Dominitia. Président de l'AFMAT (Association Francophone de Management en Tourisme). Spécialités : économie du tourisme - mesures de performance de destinations ou d'acteurs touristiques.

**Jean-Christophe GAY** : Professeur des Universités en Géographie à l'Université de Nice Sophia Antipolis. Spécialités : pays insulaires de l'Océan Pacifique et de l'Océan Indien.

**Laurent BOTTI** : Maître de conférences en Sciences de Gestion à l'Université de Perpignan, Via Dominitia.

Secrétaire de l'AFMAT (Association Francophone de Management en Tourisme).

Spécialités : économie du tourisme - mesures de performance de destinations ou d'acteurs touristiques.

**Denis REGNIER** : Docteur en Anthropologie, Professeur Certifié affecté dans l'enseignement supérieur (PRCE) à l'Ecole Supérieure du Professorat et de l'Education de la Polynésie française (ESPE).

**Caroline BONDY** : Docteure en Géographie de l'Université de La Rochelle.

Le 3 septembre 2018, le CETOP s'est doté d'une assistante de recherche, chargée de la gestion des aspects administratifs et opérationnels du Centre, en la personne de **Hiriata BROTHERTON**. Dans un premier temps, sollicitée à mi-temps, son occupation pourrait évoluer en fonction des projets à venir du CETOP. Ses missions principales sont d'aider à la gestion administrative et opérationnelle du centre d'études, d'en assurer la communication et enfin de constituer des bases de données.

Le CETOP se situe géographiquement sur le campus de l'Université de la Polynésie française à Outumaoro, Faa'a dans le bâtiment F au bureau F3-3.

## B) Le logo du CETOP

Inspiré de la charte graphique et du logo de l'Université de la Polynésie française, le logo du CETOP se veut simple, épuré et évoquant le développement économique. Il est l'œuvre de Patrice MYOTTE-DUQUET responsable de la communication de l'Université de la Polynésie française.



## C) Démarrage officiel du CETOP : Signature de la Convention entre le Ministère du Tourisme et l'Université de la Polynésie française le 13 septembre 2018

Le 13 septembre 2018, Monsieur Patrick CAPOLSINI, Président de l'Université de la Polynésie française, Madame Nicole BOUTEAU, Ministre du Tourisme et Madame Christelle LEHARTEL, Ministre de l'Éducation ont signé deux Conventions au Fare Pote'e de l'UPF. La signature de deux Conventions bilatérales était à l'ordre du jour. L'une concerne la formation des étudiants aux métiers du tourisme, l'autre la recherche sur les phénomènes touristiques. Après les discours du Président de l'UPF et des Ministres, Pierre GHEWY, co-directeur du Centre d'Études du Tourisme en Océanie-Pacifique (CETOP) et Hiriata BROTHERSON, assistante de recherche ont pu présenter le CETOP et notamment le lancement du site web du Centre recensant les dernières publications. Les sujets abordés : le développement du tourisme durable, un baromètre des sentiments vis-à-vis d'une destination, des modèles de gravité...



*Les signataires de la Convention CETOP : Nicole Bouteau, Patrick Capolsini et Christelle Lehartel*



*Nicole Bouteau, Yann Rival, Hiriata Brotherson, Patrick Capolsini, Sylvain Petit, Pierre Ghewy, Christelle Lehartel*

Sylvain PETIT, responsable des enseignements pédagogiques de la Licence professionnelle Management des organisations hôtelières et touristiques, a ensuite procédé à une présentation de cette Licence 3. Les étudiants de cette Licence orientée vers les métiers du tourisme étaient également présents pour échanger avec les interlocuteurs présents.

Enfin, la rencontre s'est terminée par la signature des deux Conventions, inaugurant officiellement l'existence du CETOP.

## D) Les axes d'études du CETOP

Le CETOP souhaite appréhender les phénomènes touristiques par une approche pluridisciplinaire, c'est pourquoi 5 axes d'études ont été développés.

### 1. Représentations

Les attentes des touristes évoluent. Ils recherchent de nouvelles expériences, de l'authenticité, souhaitent rencontrer les populations en participant à des activités de leur vie quotidienne ou de leur culture. Ces nouvelles demandes impliquent un engagement de la population dans de nouvelles formes de relations avec ces visiteurs d'un nouveau genre. L'attitude des touristes et des populations locales (sensibilisation) vis-à-vis de ces nouvelles offres doit être étudiée. La problématique de la marque de la destination doit également être abordée. La marque est porteuse de sens. Pour une destination telle que la Polynésie française, il paraît légitime de chercher à en déterminer la force des attributs, par exemple, voire de suivre son évolution dans le temps. Ce travail sera complémentaire de l'étude d'e-réputation abordée au point suivant.

Mot connexe : **Marketing**

Responsable d'axe : Pierre GHEWY

---

### 2. Réseaux Sociaux

Il s'agit de mieux comprendre les enjeux que représentent les réseaux sociaux numériques pour le développement marketing et commercial d'une destination. Les touristes se veulent de plus en plus indépendant dans la programmation de leurs séjours. Le modèle de distribution des agences de voyages perd des parts de marché. De plus, les médias de communication classiques sont de plus en plus supplantés par les médias en ligne et les consommateurs s'informent auprès d'autres consommateurs. Cet axe de recherche a donc pour objectif d'étudier les pratiques d'information, d'achat mais aussi de communication de séjours via ces médias. Par l'analyse du contenu des messages diffusés sur les RSN, l'objectif est également d'élaborer un outil de mesure de l'e-réputation d'une destination.

Mots connexes : **Internet, Technologies de l'Information et de la Communication**

Responsable d'axe : Christophe BENAVENT

---

### 3. Organisations et opérateurs

La configuration économique, géographique, infrastructurelle de beaucoup d'îles ne les autorise pas à opter pour le tourisme de masse. Que faire, par exemple des déchets engendrés par l'afflux de touristes ? Le tourisme durable permet d'exploiter le potentiel des destinations tout en limitant les effets néfastes de l'exploitation économique. Cela demande cependant un effort politique de mise en place des institutions et des structures adéquates. Quels sont les indicateurs pertinents du tourisme durable ? Le développement touristique d'une destination suppose une bonne gouvernance. Cette gouvernance doit s'accorder avec la stratégie mise en place, elle suppose une cohérence dans la mise en œuvre et une bonne coordination entre acteurs. Quelles sont les principales difficultés rencontrées ? Comment évolue la gouvernance des destinations touristiques en fonction des stratégies adoptées ? Comment améliorer la mise en œuvre des stratégies ?

---

Mots connexes : **Gouvernance, Stratégie**      Responsable d'axe : Yann RIVAL

---

### 4. Prospective et aide à la décision économique

L'objectif de cet axe est d'éclairer le débat public sur le secteur aérien, le secteur de l'hôtellerie, le secteur de l'animation touristique et celui du shopping, afin d'optimiser les flux touristiques en Polynésie tout en respectant un seuil soutenable et durable d'un point de vue économique, social et environnemental. Il vise à analyser et à évaluer le rôle des politiques publiques en matière de tourisme.

A l'aide des données publiques, de celles de l'ISPF et ou encore des institutions internationales telles que l'UNWTO (Organisation Mondiale du Tourisme), la Banque Mondiale, l'OCDE, etc., il est possible de procéder à des analyses et des comparaisons sur le tourisme dans la zone Océanie-Pacifique (avec des analyses intra-Polynésie et des comparaisons internationales notamment entre les différentes destinations de l'Océanie-Pacifique). Concernant la Polynésie française, plusieurs sujets sont abordés :

- Le rôle du réseau et de la connectivité aérienne sur le développement touristique
- L'impact de l'aménagement touristique sur l'attractivité
- La mesure du degré de touristicité des territoires polynésiens
- Les capacités d'accueil et le développement touristique

---

Mots connexes : **Economie, Econométrie**      Responsable d'axe : Sylvain PETIT

---

## 5. Anthropologies et géographie du tourisme

L'industrie touristique, premier secteur de l'économie marchande en Polynésie française, joue un rôle structurant sur la société polynésienne. Cet axe vise à comprendre la nature de cet impact. Dans la mesure où la notion de tourisme recouvre des pratiques et des configurations sociales et économiques fortement différenciées, cela nécessitera au préalable de produire une typologie socio-anthropologique des formes touristiques en Polynésie française, que l'on comparera avec les formes de tourisme existant dans les autres régions océaniques.

Un accent particulier sera mis sur l'écotourisme, qui a été identifié comme un vecteur puissant de différenciation et de développement sur le territoire, et sur la patrimonialisation de la culture polynésienne (l'inscription du *Marae Taputapuataea* sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO festivals des arts, etc.) dans son rapport avec le développement touristique.

Mot connexe : **Sociologie**

Responsable d'axe : Loïs BASTIDE

---

## II. Echanges internationaux

### A) Participation des chercheurs du CETOP à diverses conférences locales ou internationales

Les enseignants-chercheurs du CETOP ont participé à diverses conférences à vocation économique et/ou touristique en Polynésie française et à l'étranger :

- **Séminaire du Laboratoire GDI** (Gouvernance et Développement Insulaire), Université de la Polynésie française, février 2018 (Sylvain PETIT) ;
- **Parau Parau Tahiti** – PPT 2018 Pacific / Americas, Papeete, 14 mars 2018 (Sylvain PETIT) ;
- **9<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques du Tourisme Durable**, Association Internationale de Management du Tourisme Durable (AIMTD), 24-26 avril 2018, Hayward, San Francisco, Californie, USA. (Yann RIVAL et Pierre GHEWY) ;
- **Colloque Ethique & Tourisme**, Association francophone de Management du Tourisme (AFMAT), 25 mai 2018, Cité internationale universitaire, Paris, France. (Yann RIVAL et Pierre GHEWY) ;
- **6<sup>ème</sup> workshop du QATEM Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management**, 14-15 juin 2018, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti (Sylvain PETIT, Pierre GHEWY, Yann RIVAL, Vincent DROPSY, Gil MONTANT, Laurent BOTTI, Nicolas PEYPOCH, Linjia ZHANG) ;

- **WEAI Western Economic Association International, 93rd Annual Conference**, 26-30 juin 2018, Vancouver, British Columbia, Canada. (Vincent DROPSY) ;
- **Séminaire des échappées culturelles**, Haut-commissariat de la République Française en Polynésie française, 30 août 2018 (Sylvain PETIT) ;
- **3<sup>ème</sup> Conférence du PIURN Pacific Islands University Research Network**, 8-10 octobre 2018, Université de la Polynésie française (Vincent DROPSY, Yannis BELLE, Pierre GHEWY, Yann RIVAL et Sylvain PETIT) ;
- **Colloque « Territoire, patrimoine et développement durable »**, 17 octobre 2018, Université Nationale de Hanoï, Hanoï, Vietnam (Yann RIVAL) ;
- **4<sup>ème</sup> Forum et 1<sup>ères</sup> Assises des Formations aux métiers du tourisme**, 22-23 octobre 2018, Présidence de la Polynésie française, Papeete, Tahiti, Polynésie française. (Sylvain PETIT et Pierre GHEWY) ;
- **Conférence économique 2018**, 12-14 novembre 2018, Présidence de la Polynésie française, Papeete, Tahiti, Polynésie française. (Sylvain PETIT) ;
- **TTRA (Travel and Tourism Research Association) Asia-Pacific 2018 Annual Chapter Conference**, 1-3 décembre 2018, School of Business & Management, RMIT University Vietnam, Hô Chi Minh City, Vietnam. (Yann RIVAL) ;
- Présentation du projet « TSARQ » : *Tourism Specialization Accross Ranges of Quality* par Sylvain PETIT :
  - **Séminaire du Centre d'études et recherches en développement international (CERDI)**, 11 décembre 2018, Clermont-Ferrand, France ;
  - **Séminaire de l'Institut du Développement et de la Prospective (IDP)**, 20 décembre 2018, Valenciennes, France ;
  - **Séminaire du Lille Economie Management (LEM)**, 8 janvier 2019, Lille, France.

## B) Organisation du 6<sup>ème</sup> QATEM Workshop

Du 14 au 15 juin 2018 s'est tenue le 6<sup>ème</sup> workshop du QATEM organisé localement par Sylvain PETIT, enseignant-chercheur spécialisé en économie de l'Université de la Polynésie française, membre du CETOP.



*Support de communication du QATEM workshop à l'UPF*

Le QATEM (Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management) a été créé en 2007 par Nicolas Peypoch et Bernardin Solonandrasana de l'Université de Perpignan Via Dominitia. Les précédentes éditions ont eu lieu à Perpignan (2008 et 2010), Corte (2012), Narita au Japon (2014) et Potchefstroom en Afrique du Sud (2016).

Ce workshop, repose sur un appel à communication validé par un comité scientifique. Il permet aux intervenants de présenter un article scientifique en cours d'élaboration qui a pour objet le développement ou l'utilisation de méthodes quantitatives dans le cadre de l'économie et le management du tourisme.

Chaque intervenant dispose d'un créneau de 40 minutes (questions incluses). Le modèle de workshop permet de travailler sur la technicité des méthodes présentées.

Le QATEM s'est ouvert au « grand public » avec l'organisation d'une conférence en amont du workshop<sup>2</sup>. Cette conférence fut consacrée à des présentations de méthodes développées par des universitaires, spécialistes en économie/management du tourisme. Elle a permis d'étudier la potentielle adaptabilité à la Polynésie Française de ces méthodes grâce à l'expertise des professionnels et acteurs locaux. Les intervenants « grand publics » sont des membres de l'ISPF, de Tahiti Tourisme, des services du tourisme, ainsi que des professionnels (compagnies aériennes, agences de voyage, hôteliers, etc.).

Les résultats de ces tables rondes vont permettre d'élaborer de futurs projets de recherche en économie et management du tourisme, axés sur la Polynésie française.

### C) Participation à la 3<sup>ème</sup> édition de la Conférence du PIURN (*Pacific Islands Universities Research Network*) en Polynésie française



**TOURISME EN OCÉANIE-PACIFIQUE : VERS UN POST-EXOTISME ?**

3<sup>ème</sup> Conférence du PIURN  
Mardi 9 Octobre 2018  
13h30 - 16h | Salle G 3-3  
UPF

*Support de communication du panel sur le tourisme du CETOP au PIURN*

<sup>2</sup> Site web du 6<sup>ème</sup> workshop QATEM organisé à l'Université de la Polynésie française : <http://www.upf.pf/fr/content/qatem-workshop-2018>

La 3<sup>ème</sup> conférence du réseau de recherche des universités du Pacifique insulaire (PIURN)<sup>3</sup> s'est tenue du lundi 8 au mercredi 10 octobre 2018, sur le campus de l'Université de la Polynésie française à Outumaoro.

La thématique générale de cette 3<sup>ème</sup> édition est : *"Savoirs traditionnels, savoirs académiques et orientations de la recherche universitaire au sein de la région Pacifique."*

Cette conférence du PIURN rassemblant de nombreux chercheurs, professionnels et étudiants a permis au CETOP de tenir un panel d'interventions mettant l'emphase sur le tourisme post-exotisme, présidé par Mondher SAHLI et Sylvain PETIT.

Parmi les participants on pouvait compter des professionnels des institutions du tourisme ou des organisations régionales du Pacifique. Le panel s'est terminé par des discussions fructueuses entre les chercheurs du Pacifique et l'ensemble de personnes présentes. Il a été mentionné qu'encore peu d'études sont menées sur le tourisme malgré son importance dans la vie économique des petits Etats insulaires en développement du Pacifique.

Yann RIVAL, co-fondateur et co-directeur du CETOP, a saisi cette occasion pour inviter tous les enseignants-chercheurs des universités partenaires intéressés par les problématiques liées au monde du tourisme à rejoindre le CETOP.

#### Programme du mardi 9 octobre 2018

5 <sup>ème</sup> panel : Tourisme en Océanie-Pacifique : vers un post-exotisme ? Présidents : Sylvain PETIT et Mondher SAHLI	
Tourism in Pacific Islands : a comparative study based on a gravity model	Vincent DROPSY
La culture, vecteur de segmentation et de durabilité de l'écotourisme animalier en Océanie	Éric CLUA [et al.]
L'impact de la culture sur l'adoption et l'utilisation des TI par les TPE touristiques : le cas de la petite hôtellerie familiale en Polynésie française	Yannis BELLE
Tahiti : une analyse de sentiment par topic	Christophe BENAVENT et Pierre GHEWY
Gouvernance du tourisme en Polynésie française	Yann RIVAL
Une nouvelle concurrence aérienne internationale en Polynésie française : et après ?	Sylvain PETIT

<sup>3</sup> Site web de la 3<sup>ème</sup> conférence PIURN organisée à l'Université de la Polynésie française : <https://piurn2018.sciencesconf.org/>



*Yannis Belle*



*Eric Clua*



*Vincent Dropsy*

## D) Le site internet du CETOP : vitrine du tourisme et outil de sensibilisation des professionnels, des « universitaires », des étudiants et de la population

Hébergé sur la plateforme de l'Université de la Polynésie française, le CETOP s'est doté d'un site internet afin de faciliter la communication et la sensibilisation des professionnels, des universitaires, des étudiants et de la population aux problématiques du tourisme en Océanie-Pacifique. Son menu comporte 5 rubriques principales :

L'actualité du tourisme	Workshops Conférences	Publications du CETOP	Baromètres	Etudes en cours
-------------------------	--------------------------	-----------------------	------------	-----------------

Le site internet du CETOP a été publié au milieu du mois de septembre 2018. Le Centre a également souhaité être présent sur les plateformes de réseaux sociaux les plus utilisées afin de toucher une audience plus large. Le CETOP est ainsi également présent sur Facebook et Twitter.

### Présence du CETOP sur les réseaux sociaux



Site internet : <http://cetop.upf.pf>



Facebook : <http://www.facebook.com/cetop.upf>



Twitter : [@CetopUpf](http://www.twitter.com/CetopUpf)

Le site internet permet d'offrir une tribune aux chercheurs sur des sujets d'actualité. Trois billets ont été mis en ligne à ce jour :

- Sylvain PETIT « **L'ouverture à la concurrence du transport aérien interne en Polynésie française : une chance à saisir et de nouveaux challenges pour les pouvoirs publics** », 17 octobre 2018 ;
- Jean-Claude OULE « **L'évolution de la propriété des hôtels et des enseignes en Polynésie française : une parfaite illustration de la stratégie des groupes hôteliers mondiaux** », 31 octobre 2018 ;
- Pierre GHEWY « **La fin des packages** », 12 novembre 2018.

Toutes les publications des chercheurs du CETOP sont en accès libre sur son site internet. Cas échéant un renvoi est effectué vers les plateformes de téléchargement ou d'achat des articles ou ouvrages dont il est question.

Actuellement, les publications sont répertoriées par ordre chronologique en l'attente du développement d'un moteur de recherche interne.

Il est prévu qu'une version anglaise du site web voit également le jour pour atteindre les enseignants-chercheurs et le tout public anglophones.

Une autre piste de développement est également à l'étude : la création d'une plateforme de données brutes ou analysées sur le tourisme pour les chercheurs.

## TOUTES LES ACTUALITÉS

TOUS ACTUALITÉS AGENDA VIDÉOS RÉSEAUX

afficher : 12 visualisation :

ACTUALITÉS

12-11-2018

**Parole d'expert : La fin des packages ?**

Avec l'essor des sites de réservation en ligne, les comportements des voyag

[Lire la suite](#)

ACTUALITÉS

08-11-2018

**Campagne de sensibilisation au tourisme de Tahiti Tourisme auprès des étudiants de Master Management et Commerce International de l'UPF**

Mercredi 7 novembre 2018, la cellule communication de Tahiti Tourisme a présenté

[Lire la suite](#)

ACTUALITÉS

08-11-2018

**Parole d'expert : L'évolution de la propriété des hôtels et des enseignes en Polynésie française : une parfaite illustration de la stratégie des groupes hôteliers mondiaux**

Tout récemment, Le Méridien est devenu le « Tahiti la Ora Beach Resort managed b

[Lire la suite](#)

*Aperçu des actualités du site web du CETOP*

### III. Apports académiques

#### A) Accompagnement des jeunes polynésiens vers les métiers du tourisme

##### 1. Réouverture de la Licence professionnelle « management des organisations hôtelières et touristiques »

Une conjoncture très favorable (l'arrivée des compagnies aériennes French Bee, United Airlines et Islands Airlines ; la hausse de la fréquentation touristique ; le projet du Village Tahitien ; la rénovation du Hilton de Tahiti ; les classifications à l'UNESCO...) a engendré une période de fort dynamisme scientifique en économie du management du tourisme<sup>4</sup> à l'Université de la Polynésie française. La volonté du gouvernement de soutenir ce secteur clé de l'économie polynésienne s'est traduit par la réouverture de la Licence professionnelle « management des organisations hôtelières et touristiques ». Sylvain PETIT a la responsabilité pédagogique de cette formation continue.

Les objectifs de cette formation sont :

- Acquérir les compétences pour devenir assistant chef de service et évoluer vers des postes d'encadrement dans les hôtels internationaux, les agences de voyages, les compagnies aériennes et les organismes chargés du tourisme.
- Connaître les processus hôteliers et les outils du management dans le contexte réglementaire et culturel de la Polynésie française.

Tout au long de l'année, les étudiants seront encadrés par une équipe pédagogique mêlant enseignants chercheurs spécialisés en économie et management du tourisme, enseignants agrégés et experts de l'hôtellerie et du tourisme, professionnels et consultants de l'hôtellerie, de l'aérien et du secteur des loisirs et du tourisme (Tahiti Tourisme, Air Tahiti Nui, French Bee, Tahiti Nui Travel...).

Les 28 étudiants sélectionnés disposeront d'outils professionnalisants pour les accompagner vers la vie active, incluant notamment :

- Un stage dans une structure hôtelière ou touristique d'une durée de 4 mois minimum avec la possibilité de l'étendre à 6 mois (durée requise par les stages dans l'hôtellerie);
- 5 projets tutorés pour le tourisme local (Tahiti Tourisme, Air Tahiti Nui, Association Hetitere Nui, auprès de professionnels de Raiatea et de la petite hôtellerie) ;
- L'organisation d'un événement : Tahiti Food and Wine du 23 au 25 novembre 2018 ;

---

<sup>4</sup> Article du Honuaterre, magazine du tourisme polynésien : <http://honuaterre.com/une-licence-pro-hotellerie-tourisme-a-la-rentree/>

La licence professionnelle ambitionne la création de liens avec d'autres universités partenaires pour offrir aux étudiants des opportunités de mobilité régionale et de perfectionnement linguistique en anglais. Deux projets sont en cours de discussions :

- Un projet de programme d'échange « International program<sup>5</sup> » avec le Linfield College d'Oregon aux Etats-Unis ;
- Un projet de jumelage avec le Bachelor of Tourism and Hotel Management bilingue français-anglais de l'Université de la Nouvelle-Calédonie dispensé sur le campus du Vanuatu.<sup>6</sup>

## 2. Mobiliser des étudiants sur des problématiques touristiques.

Pour l'année 2018-2019 le thème retenu pour le cours d'Etudes de marché est « *La sensibilisation des populations au tourisme* ». Avec la participation de Vaihere LISSANT (Directrice Marketing) et d'Alice IZAL (Responsable Communication) de Tahiti Tourisme, les étudiants de troisième année de Licence d'Economie-Gestion de la promotion 2017-2018 ont réalisé un sondage auprès de la population. 533 questionnaires ont été recueillis. Leur analyse a permis de déterminer le niveau de sensibilisation de la population au tourisme. Elle a également permis d'identifier les cibles prioritaires pour les actions de sensibilisation.

Le 7 novembre 2018, Alice IZAL (Responsable Communication) et Hinarere TAPUTU (Community Manager) de Tahiti Tourisme ont présenté aux étudiants de première et deuxième année de Master Management et Commerce International de l'année 2018-2019 la nouvelle campagne de sensibilisation des populations locales au tourisme de Tahiti Tourisme<sup>7</sup> intitulée : « Notre *mana* pour le tourisme, l'avenir de notre *fenua* ».

## 3. Sensibiliser aux enjeux du tourisme près de 200 étudiants de Master et Licence lors de conférences et séminaires.

Les étudiants de la Licence professionnelle « Management des organisations hôtelières et touristiques » ainsi que l'ensemble des étudiants de l'Université de la Polynésie française ont été conviés à participer à la Conférence annuelle de Tahiti Tourisme ainsi qu'à la conférence du PIURN.

Les frais d'inscriptions étaient couverts par l'Université pour les étudiants inscrits à la conférence.

---

<sup>5</sup> Programme d'échange du Linfield College : <https://www.linfield.edu/ipo.html>

<sup>6</sup> Article sur la création du Bachelor en tourisme bilingue au Vanuatu : <https://www.gov.vu/en/public-information/458-launching-of-the-bilingual-tourism-and-hotel-management-bachelor-and-opening-of-the-new-building-of-bilingual-higher-education>

<sup>7</sup> Campagne de sensibilisation de la population locale au tourisme : <https://tahititourisme.pf/fr-pf/sensibilisation-locale/>

#### 4. Conforter les étudiants de Master 2 Management qui font leur mémoire sur le tourisme.

Quatre étudiantes de Master 2 Management et Commerce International de l'année 2017-2018 ont été sélectionnées pour présenter les résultats de leurs mémoires focalisés sur le tourisme au Ministère du Tourisme et à Tahiti Tourisme le Mercredi 3 octobre 2018.

Cette rencontre a été l'occasion de présenter les résultats de la recherche de l'année passée mais également de préparer les étudiants de Master 2 actuels à la recherche de problématiques touristiques pour leur mémoire à venir. L'ensemble des participants ont pu échanger afin de trouver pour la majorité d'entre eux un sujet de mémoire axé sur le tourisme.

Les principaux sujets des mémoires en lien avec le tourisme retenus pour le Master 2 Management et Commerce International sont :

- Le développement d'un tourisme durable est-il possible en Polynésie française ? (Protection de l'environnement, retombées pour la population)
- Quelle est la place de la culture et du sport dans le développement du tourisme en Polynésie française ?
- Les pensions de familles peuvent-elles devenir la nouvelle vitrine de la Polynésie française ?
- Comment positionner l'offre des pensions de famille dans le tourisme créatif en Polynésie française ?
- Quel est l'impact des institutions d'aide économique sur les besoins des porteurs de projets touristiques ?
- Quelle opinion a la population locale quant à l'amélioration des croisières touristiques ?
- Dans quelles mesures le développement du numérique à Tahiti et ses îles peut-il influencer son nombre de touristes ?
- Le tourisme de croisière en Polynésie française.

#### 5. Soutenir des étudiants polynésiens dans des projets de thèses consacrées au tourisme.

Le CETOP se réjouit d'accompagner Yannis BELLE, Doctorant en Sciences de Gestion à l'Université de la Polynésie française et à l'Université de Nantes, dans ses recherches. Yannis BELLE sera le premier étudiant polynésien à présenter une thèse en Gestion sur un thème lié au tourisme en Polynésie française. Sa soutenance de thèse est prévue pour fin décembre 2018.

Sa thèse portera sur « *L'adoption et l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les pensions de famille polynésiennes* ».

## B) Formation des chercheurs

Sylvain PETIT, Maître de conférences à l'Université de la Polynésie française et membre du CETOP aura l'honneur de présenter une synthèse de ses travaux de recherches le 14 décembre 2018 à l'Université de Nice Sophia Antipolis dans le but d'obtenir son Habilitation à Diriger des Recherches (HDR).

Le titre de sa synthèse est : « *Economie du tourisme : quantification des flux internationaux et des effets sur le développement local* ».

## C) Accueil de professeurs invités du CETOP

Le CETOP a également pour but de faire venir des experts internationaux invités pour échanger avec les universitaires, les professionnels et les étudiants. En octobre 2018, le CETOP et l'Université de la Polynésie française ont accueilli Mondher SALHI (Victoria University of Wellington, Nouvelle-Zélande) en mission pour une durée d'un mois. Au-delà des cours prodigués à nos étudiants, sa venue a aussi pour objectif la mise en place d'une collaboration internationale autour du tourisme.<sup>8</sup>

## D) Participation au conseil éditorial de la revue *Tourism Economics*

Sylvain PETIT a été invité à siéger au conseil éditorial de la revue internationale *Tourism Economics*<sup>9</sup> couvrant les aspects commerciaux du tourisme. Les articles publiés traitent des composantes du produit touristique et de l'organisation économique du tourisme au niveau micro et macro.

---

<sup>8</sup> Projet de collaboration régional (Nouvelle-Zélande, Nouvelle-Calédonie, Polynésie française et Vanuatu) autour d'outils de mesure statistiques du tourisme porté par Mondher SAHLI et Sylvain PETIT. Le projet sera candidat aux Fonds du Pacifique 2019.

<sup>9</sup> Description de la revue économique *Tourism Economics* : <https://uk.sagepub.com/en-gb/asi/tourism-economics/journal202562#description>

## IV. La mise à disposition d'outils

### A) La mise à disposition de données brutes et analysées sur le tourisme en Océanie-Pacifique

Le CETOP établit actuellement une base de données contenant des renseignements sensibles sur les modes d'hébergements en Polynésie française. Cet outil réservé aux membres du CETOP leur permettra d'avoir une meilleure connaissance des hébergements et de compléter ainsi leurs recherches en cours.

### B) Baromètre d'appréciation de l'e-réputation d'une destination touristique

Pierre GHEWY et Christophe BENAVENT élaborent actuellement un outil de mesure des sentiments basé sur l'analyse des commentaires laissés par les touristes internautes. Les sentiments sont une approximation de la satisfaction. Cet outil, par facilité de mise en œuvre (recueil des commentaires sur TripAdvisor), est actuellement utilisé pour mesurer les sentiments des touristes sur les modes d'hébergements de la Polynésie française. Les premiers résultats, basés sur l'analyse de 42000 commentaires, ont été présentés au PIURN à l'Université de la Polynésie française le 9 octobre 2018. Une fois finalisé, cet outil sera utilisé pour mesurer les sentiments des touristes internautes vis-à-vis de Tahiti et ses îles. Une comparaison des premiers résultats de cet outil avec les études satisfaction réalisée par l'ISPF est également envisagée afin de mesurer la fiabilité de l'outil.

## V. Publications et communication

### A) Publications scientifiques (articles dans revues ; chapitres d'ouvrage, actes, etc.)

RIVAL, Y. (2017), « Investments in Oceania and sustainable development » **In** : *L'Océanie convoitée, Histoire, géopolitique et sociétés* ; sous la direction de AL WARDI, S., REGNAULT, J.-M., SABOURET, J.-F., CNRS Alpha, CNRS Editions, Paris, France.

RIVAL, Y. (2018), « Le partage de la compétence tourisme au cœur des enjeux de la stratégie touristique de la Polynésie française », **In** : *Le Tourisme : un domaine de compétence partagé*, sous la direction de FABRY, N, et SPINDLER, J., *L'Harmattan, Collection Gralé*, Paris, France.

PETIT, S. (2017), « International trade in services and inequalities: empirical evaluation and role of tourism », *Tourism Economics*, vol.23(5), p.1069-1075.

PETIT, S. et SEETARAM, N. (2018), « Measuring the effects of revealed cultural preferences on tourism exports », *Journal of Travel Research*. A paraître.

PETIT, S. (2018), « BOOK REVIEW: Quantitative Methods in Tourism. A Handbook, 2nd edition », *Tourism Analysis*. A paraître.

PETIT, S. et VENAYRE, F. (2018), « L'ouverture du marché polynésien du transport aérien international menacée par la communication de l'Autorité de la concurrence », *Revue juridique, politique et économique de Nouvelle-Calédonie*. A paraître

### B) Communications dans une conférence académique

#### 1. Conférences tenues à l'étranger

RIVAL, Y. and Y. BELLE (2016) « Culture, Adoption and Use of Information Technology (IT) by Very Small Businesses (VSB): Proposal of an Analysis Model », Americas Conference on Information Systems (AMCIS), 11-14 août, San Diego, California, USA.

GHEWY, P. et Y. RIVAL, (2017), « Proposition d'un modèle de développement du tourisme durable en Polynésie française », 8<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques du Tourisme Durable, Association Internationale de Management du Tourisme Durable (AIMTD), 12-14 avril Ho Chi Minh City, Vietnam.

GHEWY, P. et T. BELLI, (2018), « Les attentes des touristes en Polynésie française - Le tourisme créatif est-il adapté à la destination ? », 9<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques du Tourisme Durable, Association Internationale de Management du Tourisme Durable (AIMTD), 24-26 avril, Hayward, San Francisco, Californie, USA.

RIVAL, Y. (2018), « Sustainable tourism governance: the case of Vietnam and French Polynesia » (« La gouvernance du tourisme durable : le cas du Vietnam et de la Polynésie française »), with HA.T.T.D, 9<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques du Tourisme Durable, Association Internationale de Management du Tourisme Durable (AIMTD), 24-26 avril, Hayward, San Francisco, Californie, USA.

GHEWY, P. et Y. RIVAL, (2018), « La Polynésie française est-elle une destination de tourisme éthique ? », Colloque Ethique & Tourisme, Association francophone de Management du Tourisme (AFMAT), 25 mai, Cité internationale universitaire, Paris, France.

DROPSY, V. (2018), « Tourism, Insularity and Remoteness: A Gravity-Based Approach », WEAI Western Economic Association International, 93rd Annual Conference, 26-30 juin, Vancouver, British Columbia, Canada.

RIVAL, Y. (2018) « Cultural heritage as a vector of tourism innovation: the case of French Polynesia », 1<sup>er</sup> Colloque international Territoire, patrimoine et développement durable, 17 octobre, Université Nationale d'Hanoï, Hanoï, Vietnam.

RIVAL, Y. (2018), « Assessment of sustainable tourism: proposal of a framework of analysis and application to the case of French Polynesia », TTRA (Travel and Tourism Research Association) Asia-Pacific Chapter Conference, 1-3 décembre, School of Business & Management, RMIT University Vietnam, Hô Chi Minh City, Vietnam.

## 2. Conférences tenues en Polynésie française

GHEWY, P. et T. B. BELLI, (2016), « L'image attractive de la Polynésie française à l'épreuve de la consommation touristique », Colloque international l'Océanie convoitée, Laboratoire Gouvernance et Développement Insulaire, 24-26 novembre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

RIVAL, Y. (2016), « Investissements étrangers en Océanie et Développement durable : le projet de la ferme aquacole de Hao et le projet du Mahana Beach », Colloque international l'Océanie convoitée, Laboratoire Gouvernance et Développement Insulaire, 24-26 novembre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

PETIT, S. and N. SEETARAM, (2018), « Measuring the effects of revealed cultural preferences on tourism exports », Séminaire du laboratoire GDI, 8 mars, Université de la Polynésie Française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

GHEWY, P. (2018), « The impact of ancillary expenditures on the image of the destination and the poststay behaviours : the case of tourism in French Polynesia », 6<sup>th</sup> QATEM Workshop, 15 juin, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

RIVAL, Y. (2018), « Tourisme durable : proposition d'un cadre d'analyse et d'une échelle de mesure », 6<sup>ème</sup> Conférence QATEM (Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management), 14 juin, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

MONTANT, G. (2018), « The French Polynesian hotel sector in 2007-2017 : A panel data gravity model », 6<sup>ème</sup> Conférence QATEM (Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management), 15 juin, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

BENAVENT, C. et P. GHEWY, (2018), « Tahiti : une analyse de sentiment par topic », 3<sup>ème</sup> Conférence du Réseau de recherche des Universités du Pacifique insulaire (PIURN), 8-10 octobre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

RIVAL, Y. (2018), « La Gouvernance du Tourisme en Polynésie française », 3<sup>ème</sup> Conférence du Réseau de recherche des Universités du Pacifique insulaire (PIURN), 8-10 octobre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

PETIT, S. (2018), « Une nouvelle concurrence aérienne internationale en Polynésie française : et après ? », 3<sup>ème</sup> Conférence du Réseau de recherche des Universités du Pacifique insulaire (PIURN), 8-10 octobre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

DROPSY, V. (2018), « Tourism in Pacific Islands : a comparative study based on a gravity model », 3<sup>ème</sup> Conférence du Réseau de recherche des Universités du Pacifique insulaire (PIURN), 8-10 octobre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

BELLE, Y. (2018), « L'impact de la culture sur l'adoption et l'utilisation des TI par les TPE : le cas des pensions de famille polynésiennes », 3<sup>ème</sup> Conférence du Réseau de recherche des Universités du Pacifique insulaire (PIURN), 8-10 octobre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

## C) Diffusion au public /Vulgarisation de la recherche

### 1. Articles de presse et interviews

PETIT, S. et F. VENAYRE (2018), « Tahiti : le revers de la guerre des prix dans l'aérien », *L'Echotouristique*, 13 Juin 2018.

PETIT, S. (2018) « Le yield management, une pratique pour "optimiser la rentabilité" », *Tahiti Infos*, 20 Juin 2018.

PETIT, S. (2018) « Un outil pour mesurer notre performance touristique »<sup>10</sup>, *Tahiti Infos*, 14 Juin 2018.

PETIT, S. (2018) « Regards croisés des enseignants-chercheurs et des acteurs locaux sur le tourisme »<sup>11</sup>, *Tahiti Infos*, 11 juin 2018.

PETIT, S. (2018), « Le tourisme : la clef du développement économique en Polynésie Française. Quelles caractéristiques, limites et perspectives ? », Séminaire des Echappées Culturelles, Haut-Commissariat de la République en Polynésie Française, 30 août, Papeete, Tahiti, Polynésie française.

GHEWY, P. (2018), « Etude de la sensibilisation au tourisme de la population polynésienne », Rapport d'étude pour le Ministère du tourisme et du travail, en charge de la relation avec les institutions, Papeete, Tahiti, Polynésie française.

### 2. Billets « parole d'expert » sur le site web du CETOP

PETIT, S. (2018), « L'ouverture à la concurrence du transport aérien interne en Polynésie française : une chance à saisir et de nouveaux challenges pour les pouvoirs publics », 17 octobre 2018, Billet CETOP.

OULE, J.-C. « L'évolution de la propriété des hôtels et des enseignes en Polynésie française : une parfaite illustration de la stratégie des groupes hôteliers mondiaux », 31 octobre 2018, Billet CETOP.

GHEWY, P. « La fin des packages », 12 novembre 2018, Billet CETOP.

---

<sup>10</sup>Article Tahiti Infos : [https://www.tahiti-infos.com/Un-outil-pour-mesurer-notre-performance-touristique\\_a172460.html](https://www.tahiti-infos.com/Un-outil-pour-mesurer-notre-performance-touristique_a172460.html)

<sup>11</sup>Article Tahiti Infos : [https://www.tahiti-infos.com/Regards-croises-des-enseignants-chercheurs-et-des-acteurs-locaux-sur-le-tourisme\\_a172325.html](https://www.tahiti-infos.com/Regards-croises-des-enseignants-chercheurs-et-des-acteurs-locaux-sur-le-tourisme_a172325.html)

## VI. Les principaux résultats des recherches

### A) Axe représentations

#### 1. De la satisfaction du touriste par l'orientation expérientielle pour des comportements post-séjours positifs

Les travaux de Pierre GHEWY présentés au workshop organisé par le Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management (QATEM)<sup>12</sup> montrent que suite à leur séjour, les touristes sont très satisfaits, voire enchantés. Ils ont été interrogés à l'aéroport, au moment de leur départ. Nos visiteurs ont également l'intention de revenir. Le phénomène des « repeaters » reste pourtant faible en Polynésie française (20% en 2014)<sup>13</sup>. Tahiti est, pour beaucoup de ces touristes, le voyage d'une vie. Les éléments de leur séjour qui influencent le plus leurs comportements post-séjour sont la rencontre de la culture polynésienne ainsi que la découverte des ressources naturelles (faune, flore et paysages). S'il est difficile de faire revenir les touristes, il faut donc chercher à élargir le nombre des personnes voulant venir en Polynésie française. Pour cela, il faut motiver ceux qui sont venus de convaincre, à leur retour, leur entourage de venir à leur tour. Il faut donc tenter de favoriser les intentions de recommander la destination. Cette étude montre que la qualité des ressources naturelles du territoire (faune, flore et paysages) incite les touristes à communiquer à leur entourage l'envie d'un voyage dans nos îles. Tout n'est cependant pas positif : les activités proposées aux touristes détériorent leur satisfaction et leur intention de revenir. Cela représente un axe de progrès pour le territoire.

Ces mêmes travaux montrent également que la Polynésie française est une destination chère. Les dépenses annexes (hors logement et nourriture déjà incluses dans le package des hôtels) sont, en moyenne, très supérieures à ce que les touristes prévoient. Cela ne semble pourtant pas les perturber. Ces dépenses annexes ne font que limiter l'intention de recommander la destination. Les analyses indiquent en fait que ceux qui dépensent le plus partent avec une bonne image des ressources naturelles (faune, flore, paysages), de la culture et des activités possibles en Polynésie française. Cette acceptation du coût de la destination a cependant une limite. L'intention de recommander augmente jusqu'à un point de basculement estimé à 1550€. A partir de celui-ci, les dépenses annexes (hors logement et restauration) sont considérées comme étant trop élevées par rapport au budget prévu et l'intention de recommander la destination diminue alors.

Ces différents résultats amènent à se poser la question des options marketing possibles dans une telle situation. Si l'objectif est de fidéliser la clientèle, l'orientation expérientielle prise par la communication de la Polynésie française, basée sur la culture et le « *mana* », semble être

---

<sup>12</sup> GHEWY (2018), « The impact of ancillary expenditures on the image of the destination and the poststay behaviours : the case of tourism in French Polynesia », 6<sup>th</sup> QATEM Workshop, 15 June, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

<sup>13</sup> Points forts de la Polynésie française - Bilan tourisme, Institut de la Statistique de la Polynésie Française (ISPF), N° 10, 2014.

la bonne. Si l'objectif est d'élargir la base des personnes souhaitant venir en Polynésie, il ne faut pas négliger l'avantage que représentent les ressources naturelles. De ce fait, il faut continuer à mettre en avant la carte postale, ce que fait Tahiti Tourisme au travers des images des touristes postées sur son site Internet. La réduction du niveau des dépenses annexes participerait aussi à cet effort en favorisant le bouche-à-oreille. Enfin, si l'objectif est l'augmentation du panier moyen, la Polynésie française a intérêt à cibler une clientèle haut de gamme ou à augmenter, voire faciliter l'accès aux activités annexes.

L'offre touristique de la Polynésie française peut être précisée par les travaux présentés au colloque de l'Association Internationale du Management du Tourisme Durable (AIMTD)<sup>14</sup>. Les auteurs en sont Pierre GHEWY et Teva BELLI, un étudiant du Master 2 Management et Commerce international. Ceux-ci montrent que les touristes semblent être plus sensibles aux attributs fonctionnels de la destination (paysages et hébergement), facilement mesurables, qu'aux éléments leur permettant de vivre une expérience (milieu marin, culture, art maohi, cuisine et accueil). La communication de la Polynésie française, si elle s'oriente vers une dimension expérientielle avec la mise en avant du mana, doit néanmoins continuer à mettre en avant ses paysages, ses plages et le luxe de ses hôtels. Ces éléments semblent plus à même de générer des comportements post-séjours positifs (satisfaction, intention de revenir et intention de recommander). Les possibilités d'expérience semblent ainsi représenter un avantage non principal de l'offre touristique polynésienne, un avantage complémentaire non essentiel mais cependant inimitable puisque basé sur des éléments spécifiques au territoire.

## 2. Des conditions de vie économiques et sociales laissant les touristes indifférents

Enfin, les travaux présentés par Pierre GHEWY au QATEM montrent également que les touristes ne prêtent pas attention aux conditions de vie des polynésiens. Celles-ci n'ont pas d'influence significative sur les comportements post-séjour. Les touristes qui viennent en vacances en Polynésie française sont sensibles aux ressources naturelles du territoire, à sa culture mais ne s'intéressent pas aux éléments économiques et sociologiques qui caractérisent cette destination. Ce comportement des touristes est validé par les travaux de GHEWY et RIVAL présentés au colloque de l'Association Francophone de Management du Tourisme (AFMAT)<sup>15</sup>. En effet, à leur lecture, il apparaît que, si les touristes interrogés sont conscients des conditions de vie difficiles de la population polynésienne, ils n'en sont pas solidaires pour autant.

---

<sup>14</sup> GHEWY ET BELLI (2018), « Les attentes des touristes en Polynésie française - Le tourisme créatif est-il adapté à la destination ? », 9<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques du Tourisme Durable, Association Internationale de Management du Tourisme Durable (AIMTD), 24-26 Avril, Hayward, San Francisco, Californie, USA.

<sup>15</sup> GHEWY ET RIVAL (2018), « La Polynésie française est-elle une destination de tourisme éthique ? », Colloque Ethique & Tourisme, Association francophone de Management du Tourisme (AFMAT), 25 mai, Cité internationale universitaire, Paris, France.

Ce résultat doit cependant être nuancé selon le mode d'hébergement. Dans les hôtels, la perception des conditions de vie des polynésiens est meilleure que dans les pensions de famille qui, elle-même, est meilleure que celle des touristes hébergés chez des amis. Dans les réseaux commerciaux de logement, il semble que les clients soient protégés, isolés de la population et il ne leur est pas décrit une situation trop mauvaise des conditions de vie des résidents. Il faut, en effet, veiller au confort psychologique des clients ! Au contraire, loger chez des amis permet probablement d'avoir des conversations plus franches et donc une description des conditions de vie peut-être plus proche de la réalité. A la décharge des touristes, il faut préciser que la Polynésie française n'est pas dans une zone géographique dite solidaire. Ce type d'offres de tourisme se rencontre plus souvent en Afrique, en Amérique latine ou en Asie.

De plus, la communication des séjours en Polynésie française ne fait aucune référence à un besoin de solidarité de la part des touristes. Au contraire, la communication de Tahiti Tourisme propose au client de profiter pleinement de son séjour pour y expérimenter le Mana et vivre ainsi sa propre expérience polynésienne. Ce positionnement incite probablement à une consommation plus hédoniste que solidaire.

### 3. La mesure du sentiment social : vers un baromètre d'e-réputation d'une destination

Les travaux menés par Christophe BENAVENT et Pierre GHEWY, présentés au dernier PIURN<sup>16</sup>, ont permis de réaliser un outil de mesure des sentiments. Ils sont une approximation de la satisfaction. L'intérêt de cet outil est de savoir ce que pensent les internautes sans leur demander leur avis. Il ne nécessite pas d'étude terrain avec questionnaires. Il détermine l'avis des individus à partir des commentaires qu'ils laissent sur les sites Internet. Il est donc reproductible à volonté. Utilisé pour mesurer les sentiments vis-à-vis des modes d'hébergements de la Polynésie française, il a permis de constater que le niveau des sentiments exprimés par les touristes, sur ce sujet, est positif. Il varie cependant selon les modes d'hébergements. La satisfaction est plus forte pour les pensions de famille que pour les hôtels. Ce niveau élevé de satisfaction cache cependant des situations très différentes. Les touristes, ne sachant probablement pas à quoi s'attendre dans les pensions de famille, expriment des sentiments soient très favorables, soient très mauvais. La moyenne des sentiments, plus faible pour les hôtels révèle, cependant, une constance plus forte des sentiments. Les touristes savent à quoi s'attendre dans les hôtels. Cet outil sera prochainement appliqué à la mesure des sentiments des internautes vis-à-vis de Tahiti et ses îles. Répliqué à intervalles réguliers, il devrait constituer un baromètre intéressant de la satisfaction des touristes.

Toujours en cours d'élaboration, cet outil sera amélioré pour automatiser et fiabiliser le recueil des données. Ces travaux d'amélioration seront réalisés au second semestre par les étudiants de la Licence 3 d'informatique de l'Université de la Polynésie française.

---

<sup>16</sup> BENAVENT ET GHEWY (2018), « Tahiti : une analyse de sentiment par topic », 3<sup>ème</sup> Conférence du Réseau de recherche des Universités du Pacifique insulaire (PIURN), 8-10 Octobre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

## 4. Degrés de sensibilisation de la population polynésienne au tourisme

L'étude réalisée par les étudiants de la Licence 3 de gestion, sous la direction de Pierre Ghewy<sup>17</sup>, a permis d'avoir un éclairage sur l'état de la sensibilisation de la population polynésienne au tourisme, la manière dont les polynésiens se perçoivent dans l'offre touristique, leur comportement face aux touristes et leur attitude vis-à-vis des métiers du tourisme. Cette étude, répliquée tous les ans, permettra de développer un baromètre de la sensibilisation de la population au tourisme, tout en sensibilisant les étudiants de la Licence 3 participant à cette étude.

### B) Axe organisations et opérateurs

#### 1. Une bonne gouvernance du tourisme, vecteur clef du développement touristique

Le partage de la compétence tourisme<sup>18</sup> se situe au cœur des enjeux de la stratégie touristique en Polynésie française. Les multiples ajustements intervenus en l'espace de huit ans (2010-2018) montrent à quel point la gouvernance du tourisme<sup>19</sup> constitue une variable d'ajustement devant permettre une gestion plus efficiente du développement du tourisme en Polynésie française. Cela s'est traduit par la création du COST afin d'assurer une vision à long terme et correspondre au repositionnement de la destination. C'est ensuite le COPIL et l'observatoire du tourisme qui ont vu le jour afin d'apporter davantage de cohérence dans les décisions prises et leur mise en œuvre. Le périmètre d'action du tourisme en Polynésie française est plus vaste qu'on ne pourrait l'imaginer de prime abord. Il existe, en effet, une imbrication d'une multitude d'acteurs avec notamment la nécessaire prise en compte des acteurs privés mais aussi d'administrations connexes au tourisme : Ministère de la culture, des transports, de l'aménagement, de l'éducation (formation des jeunes), de l'environnement (préservation des sites), sans oublier les collectivités territoriales. La compétence tourisme s'étend donc bien au-delà des acteurs du secteur. Cela s'explique bien entendu, tout d'abord, par la nature transversale du tourisme qui interagit avec de nombreux autres secteurs. De plus, en Polynésie française, dans la mesure où le tourisme constitue un véritable projet de société et compte tenu du repositionnement de la destination (art de vivre, culture), le large partage de la compétence

---

<sup>17</sup> GHEWY (2018), « Etude de la sensibilisation au tourisme de la population polynésienne », Rapport d'étude pour le Ministère du tourisme et du travail, en charge de la relation avec les institutions.

<sup>18</sup> RIVAL (2018), « Le partage de la compétence tourisme au cœur des enjeux de la stratégie touristique de la Polynésie française », in *Le Tourisme : un domaine de compétence partagé*, sous la direction de Fabry N. et Spindler J., *L'Harmattan, Collection Gralle*, Paris, France.

<sup>19</sup> RIVAL (2018), « Tourism Governance in French Polynesia », 3<sup>ème</sup> Conférence du Réseau de recherche des Universités du Pacifique insulaire (PIURN), 8-10 Octobre, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

tourisme s'avère d'autant plus nécessaire. Il est donc ici plus qu'essentiel d'associer les acteurs privés et locaux. C'est ce qui a été fait à travers le COST (collège des représentants des professionnels et salariés des secteurs liés au développement touristique et collège des représentants des collectivités territoriales) lors de la définition de la stratégie touristique pour la Polynésie française en 2010. Plus récemment en 2016, le COPIL intègre notamment le CESC (Conseil Economique Social et Culturel) ainsi que le syndicat pour la promotion des communes. De même, la création en 2016 de l'observatoire du tourisme vise à faire le lien entre instances dirigeantes du secteur et acteurs privés.

## 2. Un mode de gouvernance adapté au tourisme durable

L'étude de l'évolution de la gouvernance du tourisme en Polynésie française et au Vietnam<sup>20</sup> permet de mettre en évidence les spécificités liées à la gouvernance du tourisme durable. Ainsi, malgré les différences de systèmes politiques entre les deux destinations (Système politique démocrate / communiste), il existe une grande similitude dans la gouvernance du tourisme durable. Il est en effet essentiel de s'inscrire dans une logique à long terme, mais également d'intégrer un grand nombre d'acteurs, y compris les acteurs locaux. Le cas de l'ancienne ville de Hoi An au Vietnam est un exemple réussi de conservation du patrimoine et de développement du tourisme durable fondé sur une gouvernance collaborative. Les réglementations et les politiques des gouvernements ne jouent pas uniquement un rôle important dans le développement d'un tourisme durable au Vietnam. Les collectivités locales jouent également un rôle central dans la politique du tourisme, le développement des infrastructures et la stratégie des ressources humaines. De nos jours, l'engagement fort et la collaboration entre le gouvernement local, les parties prenantes et la communauté locale sont très importants pour promouvoir le tourisme durable dans les destinations touristiques. Cette gouvernance du tourisme durable n'est pas sans poser de problèmes, en particulier pour ce qui est de déterminer quels acteurs prendre en compte et avec quelle efficacité des actions coordonnées. Ainsi, en Polynésie française, il a fallu huit ans pour s'approcher d'un mode de gouvernance du tourisme pour relever les défis du tourisme durable.

## 3. Le patrimoine culturel comme vecteur d'innovation de la destination Polynésie française

L'étude de l'évolution de la stratégie touristique en Polynésie française<sup>21</sup> permet de mettre en lumière le caractère innovant que peut constituer le patrimoine culturel pour une destination. Cependant, la valorisation touristique de ce patrimoine culturel suppose un mode de gouvernance du tourisme adéquat. Si l'on se base sur la notion d'avantage concurrentiel (Porter, 1986) et la méthode VRIO proposée par Barney et Hesterly (2006), il convient de se

---

<sup>20</sup> RIVAL (2018), « Sustainable tourism governance: the case of Vietnam and French Polynesia » (« La gouvernance du tourisme durable : le cas du Vietnam et de la Polynésie française »), with H.A.T.T.D, 9<sup>èmes</sup> Journées Scientifiques du Tourisme Durable, Association Internationale de Management du Tourisme Durable (AIMTD), 24-26 Avril, Hayward, San Francisco, Californie, USA.

<sup>21</sup> RIVAL (2017), « Investments in Oceania and sustainable development » in *L'Océanie convoitée, Histoire, géopolitique et sociétés* ; sous la direction de Al Wardi. S., Regnault J.-M. et Sabouret J.-F., CNRS Alpha, CNRS Editions, Paris, France.

demander si la Polynésie française dispose de ressources ou compétences lui permettant de développer un avantage concurrentiel. A-t-elle à sa disposition, selon la méthode VRIO, des ressources ou des compétences Valorisables, Rares, Inimitables et exploitables d'un point de vue Organisationnel ? Le patrimoine culturel apparaît être une ressource stratégique pour la Polynésie française. Précisons ici, que le patrimoine culturel<sup>22</sup> comporte une dimension matérielle (paysages construits, de l'architecture et de l'urbanisme, des sites archéologiques et géologiques, de certains aménagements de l'espace agricole ou forestier) mais aussi immatérielle (chants, coutumes, danses, traditions gastronomiques, jeux, mythes, contes et légendes). En effet, la Polynésie française jouit d'un riche patrimoine culturel matériel (paysage lagunaire, paysage terrestre avec forêt luxuriante, sites sous-marins) et immatériel (chants, coutumes, danses, traditions gastronomiques, jeux, mythes, contes et légendes).

Ce patrimoine apporte de la valeur et suscite de la convoitise, il est plutôt rare, difficilement imitable. Enfin, la Polynésie française dispose des outils permettant de tirer pleinement partie du potentiel compétitif de son patrimoine culturel. Le repositionnement de la marque « Tahiti » devenue « Tahiti et ses îles » autour de la culture et de l'art de vivre en Polynésie a donc été amorcé progressivement à partir de 2012. Dès lors, l'éducation joue un rôle essentiel à travers la prise de conscience de l'importance du patrimoine culturel. De même, sa préservation découle de l'attention portée à l'environnement.

Enfin, la recherche participe grandement à la valorisation du patrimoine culturel tout comme l'appropriation de la culture à son rayonnement. La gestion du patrimoine culturel polynésien en tant que ressource stratégique suppose ainsi davantage de transversalité dans le partage de la compétence tourisme.

#### 4. Vers une mesure du tourisme durable en Polynésie française

Le tourisme durable<sup>23</sup> est une notion aujourd'hui très en vogue. La Journée mondiale du tourisme 2017 lui a été consacré en 2017 et l'OMT parle ainsi de « *promouvoir le potentiel du tourisme durable comme outil au service du développement* ». Traditionnellement le développement touristique est guidé par des critères quantitatifs (nombres d'arrivées, montant des recettes, montant des devises). Pourquoi le tourisme durable est-il en vogue ?<sup>24</sup> Il y a une prise de conscience des enjeux économiques et socio-environnementaux chez les touristes mais aussi de la part des destinations. L'activité touristique peut se traduire par de possibles graves conséquences sur les populations locales, l'environnement et le développement touristique (Exemple de l'Espagne dans les années 60-80).

---

<sup>22</sup> RIVAL (2018) « Cultural heritage as a vector of tourism innovation : the case of French Polynesia », 1<sup>er</sup> Colloque international Territoire, patrimoine et développement durable, 17 octobre, Université Nationale d'Hanoï, Hanoï, Vietnam.

<sup>23</sup> RIVAL (2018), « Assessment of sustainable tourism : proposal of a framework of analysis and application to the case of French Polynesia », TTRA (Travel and Tourism Research Association) Asia-Pacific Chapter Conference, 1-3 December, School of Business & Management, RMIT University Vietnam, Hô Chi Minh City, Vietnam.

<sup>24</sup> RIVAL (2018), « Tourisme durable : proposition d'un cadre d'analyse et d'une échelle de mesure », 6<sup>ème</sup>

Conférence QATEM (Quantitative Approaches in Tourism Economics and Management), 14 Juin, Université de la Polynésie française, Punaauia, Tahiti, Polynésie française.

Par ailleurs, le tourisme durable devient une véritable argument marketing et commercial pour les opérateurs et, en définitive, une nouvelle forme de consommation du tourisme. Se pose alors la question de la mesure du tourisme durable afin d'avoir une image à un instant T, de suivre des tendances territoriales ou de pouvoir effectuer des comparaisons internationales. Pour ce faire, il convient de rappeler que la notion de durabilité repose sur une triple préoccupation : protection de l'environnement afin d'assurer son renouvellement, recherche d'une plus grande justice sociale (redistribution des richesses à travers l'activité touristiques) et viabilité économique et financière.

Ainsi, à partir de ces trois dimensions intimement liées, les travaux développés par l'OMT depuis fin 2015 en faveur d'une mesure du tourisme durable (utilisation de données statistiques), ainsi que les différents labels, certifications et normes permettent de retenir un certain nombre d'indicateurs du tourisme durable. Ces indicateurs permettent de mesurer un tourisme durable voulu et construit par la destination. Qu'en est-il de la pratique du tourisme durable par le touriste lui-même ? Son comportement vis-à-vis de l'environnement ? Sa volonté de partage avec la population locale ? Sa volonté de participer au développement économique local ? Il paraît donc nécessaire afin de mesurer au mieux le tourisme durable, d'intégrer en plus du tourisme durable construit (tel que voulu par la destination) la notion de tourisme durable perçu (tel que vécu par le touriste). Le possible écart existant entre ces deux notions est alors riche d'enseignement. Le cas de la Polynésie française qui doit se défaire de son image destination bungalow et vient de se repositionner sur le tourisme durable illustre l'intérêt du cadre d'analyse proposé.

## C) Axe prospective et aide à la décision économique

La recherche effectuée dans l'axe prospective et aide à décision économique a deux dimensions : une dimension internationale avec des analyses des flux touristiques ; une dimension locale en s'intéressant au développement touristique des territoires. Pour mener à bien ce travail, plusieurs projets de recherche sont en cours et d'autres sont à venir.

### 1. Analyse des flux touristiques internationaux

#### *a) Mesure des stratégies de spécialisation touristiques internationales.*

Sylvain PETIT et Jean-Jacques NOWAK (Lille)<sup>25</sup> ont conçu une méthodologie, avec application à un maximum de pays, afin de mesurer la spécialisation touristique internationale selon le niveau de qualité du service touristique et selon la nationalité des touristes. Cette analyse sera suivie d'une application économétrique afin de comprendre les choix de

---

<sup>25</sup> NOWAK & PETIT (2017), "Tourism specialization across qualities in Europe", IATE Conference, University of Bologna (24 Juin 2017).

spécialisation touristique. Les premiers calculs indiquent que les résultats diffèrent grandement selon l'approche utilisée.

*b) Effet du tourisme international sur les économies locales*

Sylvain PETIT<sup>26</sup> a réalisé des études économétriques de l'effet du développement touristique dans le temps sur divers indicateurs économiques comme par exemple les inégalités de revenus. Les résultats auxquels il arrive montrent que le développement du tourisme international engendre une hausse des inégalités de revenus des salariés du secteur touristique à la fois sur le long-terme mais aussi sur le court-terme au détriment des salariés les moins qualifiés.

*c) Rôle des affinités des touristes pour la culture d'une destination sur le montant des recettes touristiques internationales*

Neelu SEETARAM (University of Huddersfield, UK) et Sylvain PETIT (UPF)<sup>27</sup> ont élaboré un modèle économétrique de gravité avec des données de flux touristiques internationaux (en \$) expliquées par les flux internationaux de biens et de services culturels (cette liste a été créée en suivant des produits culturels selon l'UNESCO). Ce modèle comprend 12 pays pour la période 2002-2012. Il permet d'appréhender les préférences culturelles comme un élément non-symétrique entre pays mais aussi dynamique (c'est-à-dire qu'il peut évoluer dans le temps). Ces travaux ont permis d'estimer qu'une augmentation de 1% des préférences pour la culture d'une destination engendre une augmentation des recettes touristiques de cette destination d'environ 0,38%. Cette méthodologie est désormais applicable à tout type de destination. Une application combinée des projets A et B est prévue pour l'année 2020.

*d) Identification des spécificités des petites destinations insulaires sur les recettes touristiques internationales.*

Pour aborder cette problématique, Vincent DROPSY<sup>28</sup> a construit un modèle économétrique de gravité avec des données de flux touristiques internationaux entre 174 pays dont 32 petites économies insulaires pour la période 1995-2015 (9800 observations). Il a été mis en évidence que l'éloignement et la petite taille des îles du Pacifique constituent des défis pour le développement du tourisme. Ces destinations sont beaucoup plus sensibles que les autres à des modifications de paramètres d'attractivités tels que la proximité culturelle, la proximité géographique, la densité et le taux de change.

---

<sup>26</sup> PETIT (2017), "International trade in services and inequalities: empirical evaluation and role of tourism", *Tourism Economics*, vol.23(5), p1069-1075.

<sup>27</sup> PETIT AND SEETARAM (2018), "Measuring the effects of revealed cultural preferences on tourism exports", *Journal of Travel Research*, revue classée HCERES rang A, à paraître.

PETIT AND SEETARAM (2018), "Measuring the effects of revealed cultural preferences on tourism exports", IATE Conference, University of Bologna, (24 Juin 2017).

<sup>28</sup> DROPSY (2018), "Tourism, Insularity and Remoteness : a Gravity-Based Approach" QATEM Workshop, UPF, 14 Juin 2018.  
DROPSY (2018), "Tourism in Pacific Islands : a comparative study based on a gravity model" PIURN Conference, UPF, 9 October 2018.

Les travaux de Gil MONTANT<sup>29</sup> ont complété cette approche en se focalisant sur les hôtels. Ce projet de recherche doit se terminer en décembre 2019.

Gil MONTANT a effectivement mené une étude empirique visant à quantifier l'impact de certains déterminants sur le chiffre d'affaires mensuel dans le secteur de l'hôtellerie de la Polynésie Française entre 2007 et 2017. On considère un modèle de gravité qui incorpore plusieurs déterminants potentiels du chiffre d'affaires mensuel du secteur. Après avoir spécifié dans une première étape un modèle de base, l'analyse est ensuite complétée au travers de la prise en compte des capacités de production du secteur de l'hôtellerie.

L'étude empirique repose sur une base de données qui intègre une double dimension : une dimension individuelle (i.e. le pays d'origine des visiteurs présents en Polynésie Française) et une dimension temporelle (i.e. le mois considéré). La base comporte un certain nombre de lacunes en sorte que l'on considère un panel non cylindré. Les estimations reposent sur deux méthodes complémentaires afin de comparer les estimations obtenues. Cette étude souligne le rôle moteur joué par l'évolution du taux de change (réel ou nominal) ainsi que la présence d'effets de richesse significatifs.

Par ailleurs, l'étude souligne que les capacités hôtelières ont exercé un effet négatif sur le chiffre d'affaires pendant la période de crise (2008-2013) tandis que depuis 2014, l'effet observé est significativement positif. Ce dernier résultat tend à soutenir une stratégie basée sur l'augmentation des capacités de production dans le secteur de l'hôtellerie en Polynésie française.

## 2. Le développement du tourisme dans les économies insulaires du Pacifique

### *a) Mesure de la performance touristique des îles de la Polynésie française*

Dans ce projet, toujours en cours et débattu lors d'une table ronde durant le QATEM, Sylvain PETIT, Nicolas PEYPOCH (UPVD), Laurent BOTTI (UPVD) et Linjia ZHANG (Xi'an Jiaotong-Liverpool University, China) proposent de créer des indicateurs de touristicité afin de mesurer la performance touristique des îles de la Polynésie française selon leurs dotations géographiques, culturelles, naturelles, sociales, environnementales, etc. Ce programme de recherche est déjà mis en œuvre par Nicolas PEYPOCH et Laurent BOTTI de l'Université de Perpignan pour la fédération des offices de tourisme de France. Il reposera sur un travail de concertation avec les acteurs locaux du tourisme afin de déterminer la définition et le calcul des indicateurs de touristicité. Après cette période de concertation, il sera possible de calculer la performance dans le temps. L'objectif est ici de livrer à terme un outil permettant l'automatisation de la mesure de touristicité et de performance pour les acteurs privés locaux. En amont de ce travail, une analyse empirique sera aussi menée pour déterminer la combinaison optimale des arrivées touristiques selon les nationalités de touristes, à l'aide des méthodes de gestion de portefeuille.

---

<sup>29</sup> MONTANT (2018), "The French Polynesian tourism sector in 2007-2017: A panel data gravity model", UPF, 15 Juin 2018.

*b) Le développement touristique suites au développement de la concurrence dans le secteur du transport aérien des passagers*

Selon Sylvain PETIT, l'arrivée de nouvelles compagnies aériennes internationales permet d'envisager une croissance touristique additionnelle de l'ordre de 3% à 4%. De plus, dans un article co-écrit avec Florent VENAYRE, l'avis de l'autorité polynésienne de la concurrence (APC) sur le transport aérien international a été inutile voir dangereux pour le libre fonctionnement de ce marché et même pour toute la filière touristique. Des réformes politiques urgentes sont nécessaire pour organiser la concurrence dans le transport aérien intérieur. Compte tenu de l'actualité dans le transport aérien international et même intérieur, des analyses seront régulièrement réalisées afin de continuer à mesurer et d'anticiper les changements à venir pour l'économie du tourisme en Polynésie française.

## D) Conclusion générale

L'implication des chercheurs de l'Université de la Polynésie française et d'autres universités a été importante pour arriver à ces différents résultats et contribuer ainsi à développer la connaissance du tourisme en Océanie-Pacifique. L'Université de la Polynésie française, elle-même, ne ménage pas ses efforts : un enseignant-chercheur en Sciences de Gestion, spécialisé dans le tourisme, sera bientôt recruté. Il est également question de recruter un enseignant-chercheur en Droit public, spécialisé dans le tourisme.





Novembre 2018 | Punaauia, Polynésie française