



HAL
open science

Les déboires du tourisme à la Martinique

Olivier Dehoorne

► **To cite this version:**

Olivier Dehoorne. Les déboires du tourisme à la Martinique. Travaux & documents, 2007, Approches des littoraux réunionnais et martiniquais, 32, pp.85–106. hal-02184459

HAL Id: hal-02184459

<https://hal.univ-reunion.fr/hal-02184459v1>

Submitted on 13 Feb 2020

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.

Les déboires du tourisme à la Martinique

OLIVIER DEHOORNE

MCF EN GÉOGRAPHIE

UNIVERSITÉ DES ANTILLES ET DE LA GUYANE

Résumé

Alors que la région caribéenne connaît une croissance touristique soutenue, la position de la Martinique, comme celle des Antilles françaises, est assez paradoxale. En effet, ces îles françaises qui semblaient pouvoir s'afficher comme des leaders à la fin des années 1980 sont désormais confrontées à une crise. La Martinique séduit moins les Français de métropole, la présence des clientèles nord-américaines y est marginale et les croisiéristes la négligent. Le potentiel touristique reste pourtant intéressant mais les ressources sont plus ou moins bien valorisées et les infrastructures touristiques insuffisantes et souvent vieillissantes, à l'image de quelques friches hôtelières (et de nombreuses structures léthargiques) bien encombrantes. L'image de la destination se brouille. Son positionnement commercial est confus entre le tourisme balnéaire « *all-inclusive* », soumis à une rude concurrence régionale, et de timides nouvelles orientations, comme dans l'écotourisme.

À travers le paradoxe de cette crise touristique sous le soleil des Antilles, l'exemple de la Martinique permet d'illustrer la complexité des enjeux autour du développement touristique en soulignant l'importance des rapports entre tourisme et société d'accueil.

Mots clés

Tourisme – Développement – Crise – Martinique – Insularité – Antilles françaises.

L'île de la Martinique, ou Madinina (« l'île aux fleurs »), est une destination balnéaire classique qui associe tous les éléments de la « tropicalité » désirée : quelques longues plages bordées de récifs de coraux, des paysages ruraux exotiques, entre bananiers et canne à sucre, sans oublier les denses forêts sempervirentes qui recouvrent les flancs du volcan. Ces potentialités naturelles se doublent de représentations exotiques des populations métissées, associées au rhum, à la fête, à la convivialité. Cependant, toutes ces ressources actuellement très porteuses sont également partagées, plus ou moins bien, par l'ensemble des îles de l'archipel des Antilles, depuis Cuba jusqu'aux côtes du Venezuela. La région connaît une très bonne croissance touristique, bénéficiant notamment

d'une conjoncture propice (éloignée des foyers sanitaires à risques du moment, épargnée par les dernières catastrophes naturelles et sans attaque terroriste significative à ce jour). Ce sont quelques 35 millions de touristes internationaux qui séjournent sur les rivages de la Caraïbe (Duval 2004, Dehoorne 2006b). Mais la répartition des flux est inégale et la concurrence particulièrement rude dans un contexte où les îles des Grandes Antilles s'affichent comme les leaders à l'image des succès de Cuba et de la République Dominicaine.

L'histoire récente du tourisme à la Martinique est complexe. Après une période de développement intéressante jusqu'à la fin des années 1990, le secteur connaît désormais une érosion régulière. Le risque d'enfoncement dans la crise est bien réel mais aborder la question reste très délicate dans le contexte local. Le climat social est tendu sur le terrain, l'état de vieillissement avancé des structures délaissées attestait d'une stratégie décidée de longue date dans le cadre d'un groupe transnational qui a d'autres intérêts dans les Grandes Antilles.

La Martinique a perdu plus de 40 % de ses visiteurs au cours des sept dernières années. Aucun véritable diagnostic n'a été réalisé et le sujet reste très sensible. Derrière les espoirs légitimes que suscite le tourisme et son lot quotidien de déboires se dissimulent de lourdes contradictions et tensions latentes dans la société martiniquaise. Déjà, en 1968, G. Cazes soulignait le « paradoxe touristique martiniquais » et s'interrogeait « sur la lenteur et les difficultés de son développement ».

Pour conduire cette réflexion, nous commencerons par présenter l'état de la fréquentation touristique et la répartition de l'activité dans l'espace pour insister ensuite sur les enjeux d'ordre économique et finalement ouvrir sur une réflexion sur les limites actuelles du développement touristique à la Martinique.

LE TOURISME MARTINICHAIS À TRAVERS LES FLUX

Tout d'abord il convient d'insister sur certaines limites d'ordre statistique. Bien qu'il soit plus aisé de comptabiliser les flux entrant et sortant d'un territoire insulaire, la principale difficulté porte sur la nature des flux : la population martiniquaise est de plus en plus mobile, les jeunes Antillais fréquentent largement les universités de la France continentale et les émigrés reviennent le plus souvent possible dans leur île à l'occasion des grandes vacances. Nous avons donc ici des catégories de populations qui, dans une certaine mesure, sont à l'origine d'une surestimation de la fréquentation touristique effective. L'étudiant de retour au pays lors de ses deux mois de vacances estivales, peut-il être qualifié de touriste ? Ce phénomène est perceptible dans l'aéroport martiniquais lors des mois de juillet et d'août caractérisé par une activité intense qui est essentiellement le fait de populations résidentes ou originaires de la Martinique. À l'inverse,

les comptages effectués à partir des flux maritimes (croisière et plaisance) sont plus précis. Dans le cadre de cette étude, les données utilisées proviennent du C.M.T. (Comité martiniquais tourisme) et de l'ex-ARDTM (l'observatoire régional qui fusionna avec l'office départemental du tourisme en 2003 pour devenir le C.M.T.) ; elles permettent, en dépit des limites soulignées, de disposer de séries statistiques cohérentes.

Un développement touristique tardif et prometteur

L'activité touristique s'est structurée progressivement à partir du début des années 1980. Le secteur était soutenu par l'essor des transports aériens (Air France a ouvert une ligne quotidienne depuis Paris au début des années 1970), avec notamment le développement des vols charter qui permettaient de drainer de nouvelles catégories de clientèles, et l'aménagement de structures hôtelières dans les stations émergentes du sud de l'île (comme La Pointe du Bout, commune des Trois Ilets). La fréquentation touristique a dépassé les 300 000 visiteurs en 1985 ; elle se partageait entre les touristes de séjour (55 %) et les croisiéristes (environ 42 %) et les plaisanciers (moins de 7 %). Sa progression fut constante jusqu'au milieu des années 1990 (plus de 750 000 visiteurs en 1991 et plus de 950 000 en 1995). Le tourisme de séjour connut une croissance régulière jusqu'en 1999 alors que la courbe du tourisme de croisière fléchit à partir de 1993 (date à laquelle le secteur représentait environ 52 % des visiteurs). En 1998 la Martinique enregistrait son maximum d'arrivées : 1 039 761 personnes pour des revenus touristiques de l'ordre de 1,7 milliards de francs.

Tableau 1 : La fréquentation touristique de la Martinique de 1985 à 1998

	1985	1987	1990	1991	1992	1993
Touristes de séjour	183 783	238 600	281 517	315 131	320 692	366 353
Croisiéristes	152 989	296 708	421 259	417 043	398 948	428 695
Plaisanciers	24 854	27 239	28 058	24 149	24 675	24 228
Autres* excursionnistes	-	4 706	2 524	6 800	6 875	7 185
TOTAL	361 626	567 253	733 358	763 123	751 190	826 461

	1994	1995	1996	1997	1998
Touristes de séjour	419 007	457 226	476 977	513 231	548 766
Croisiéristes	419 922	428 032	408 425	386 835	414 588
Plaisanciers	43 230	43 712	46 384	42 366	44 097
Autres excursionnistes*	8 650	9 150	25 972	26 650	32 310
TOTAL	890 809	938 120	957 758	969 082	1 039 761

* Les autres excursionnistes sont des visiteurs qui relèvent du trafic inter-île (aérien ou maritime)
(Source : CMT)

À la fin des années 1990, le touristique était le premier secteur économique de l'île avec plus de 10 000 salariés, soit plus de 10 % de la population active. Mais le rythme de la croissance ralentissait. Tandis que les autres îles des Antilles diversifiaient leurs clientèles et se positionnent davantage sur les marchés de proximité nord-américains (comme les Antilles néerlandaises), les îles françaises fondaient leur succès sur les seules clientèles françaises en négligeant les potentialités des marchés régionaux. Au milieu des années 1990, la concurrence intra-régionale se précisait à l'image de la notoriété grandissante de Cuba. Loin d'imaginer la crise qui allait toucher les Antilles françaises, les propos étaient très optimistes : ces îles semblaient « bien équipées pour affronter la vive concurrence du marché caribéen », elles étaient considérées comme de « véritables plaques tournantes » au cœur de l'arc antillais (Hartog & de Vassoigne, 1999). Il suffisait d'accorder plus d'aides et de transferts de fonds pour supporter la concurrence régionale et pour imaginer que ces îles s'imposent comme des escales aériennes indispensables entre les métropoles européennes et les destinations de la Caraïbe.

Les années 2000 : lorsque la crise s'installe

La fréquentation touristique n'a cessé de régresser depuis 1998. L'activité globale de l'aéroport de la Martinique marque le pas avec 1 518 400 passagers en 2004 contre 1 665 963 cinq années auparavant et le secteur de la croisière et le plus lourdement touché par la crise : moins de 100 000 croisiéristes (répartis sur 151 navires) ont fait escale dans l'île en 2005. Il est loin le temps où la Martinique accueillait plus de 500 bateaux de croisière (506 en 1992 et 678 en 1991). Enfin, la place de la navigation de plaisance reste modeste, les flux spécifiques qu'elle draine vers la Martinique ne représentent que 3,5 % de l'ensemble des visiteurs (Dehoorne 2006c).

Tableau 2 : La fréquentation touristique de la Martinique 1998 – 2005

Touristes par catégorie	1998	1999	2000	2001
Touristes de séjour	548 766	564 303	526 290	460 383
Croisiéristes	414 588	339 086	290 097	202 421
Plaisanciers	44 097	43 000	44 825	45 757
Autres excursionnistes*	32 310	47 052	67 525	47 099
Total	1 039 761	993 441	928 737	755 660

Touristes par catégorie	2002	2003	2004	2005
Touristes de séjour	446 689	453 160	470 890	513 886
Croisiéristes	200 847	268 542	159 416	93 063
Plaisanciers	47 725	39 777	44 572	29 759
Autres excursionnistes*	34 137	24 230	21 423	32 111
Total	729 398	785 709	696 301	639 000

* Les autres excursionnistes sont des visiteurs qui relèvent du trafic inter-île (aérien ou maritime)

Source : CMT

L'évolution de l'origine géographique des touristes illustre cette récession de l'activité. En 1987, les visiteurs venaient de France et d'Europe (avec respectivement 58,8 % et 6,3 % des parts), mais aussi d'Amérique du Nord (22,7 %) et de l'espace caribéen (11,2 %). La croissance des années 1990 s'appuie sur les clientèles françaises (70,8 % en 1990) et secondairement européennes (5,1 %) tandis que la présence des Nord-Américains s'amenuise (12,5 %). La part de ces derniers n'est plus que de 3,8 % (contre 80,1 % pour les Français) en 1998 et sur les 3 millions de nuitées enregistrées en 2005, la part des Etats-Uniens n'est plus que de 0,8 %, celle des Canadiens de 1,1 % et des Européens de 3,1 %. Les Français dominent l'activité avec 87,5 %, suivis des ressortissants de la Caraïbe : 7 % (essentiellement domiciliés dans les îles voisines). La présence des « touristes français » originaires des Antilles (ou des émigrés en vacances) est remarquable. Les modes d'hébergement utilisés nous donnent quelques indications sachant que plus de 40 % des nuitées sont effectuées chez des parents et proches, donc dans un secteur qui ne relève pas de l'hébergement marchand.

Le déclin des clientèles nord-américaines, dissimulé sur le plan comptable par l'essor du marché français, était annonciateur de la réorientation de l'activité touristique des Antilles françaises qui ne constituaient plus des destinations résér-

vées, élitistes. Les îles passaient d'un tourisme haut de gamme à un tourisme de masse, « plus démocratisés » avec de nouvelles pratiques et consommations pour une autre lecture de l'économie touristique¹ (Dehoorne, 2006).

LE TOURISME DANS L'ESPACE MARTINIQUAIS

La richesse des ressources

La richesse touristique de l'île repose sur le classique triptyque soleil-mer-plage avec les clichés des plages de sable fin bordées de palmiers, les lagons aux eaux turquoises, l'ambiance tropicale inspirée par les longs couchers de soleil bercés par le souffle des alizés. Le potentiel touristique est riche : la Martinique est bordée par 350 km de côtes (Desse & Saffache 2005). De grandes plages de sable blanc s'étendent dans le Sud, les anses et baies, plus ou moins larges, alternent sur la côte orientale jusqu'à la Presqu'île de la Caravelle tandis que les côtes nord sont davantage bordées de sable noir. L'inégale répartition de ces ressources les plus réputées contribue à expliquer la concentration des flux touristiques au profit du littoral méridional prolongé par quelques secteurs côtiers atlantiques (cf. fig. 1). La douceur du climat tropical maritime (26°C de moyenne annuelle), rythmé par les nuances saisonnières de l'« hivernage »² et du « carême »³, et le relief volcanique et montagneux (60 % du territoire), conjugué à la diversité des sols, contribuent à la richesse biologique des lieux et aux spécificités paysagères⁴. Des forêts d'altitude humides pluviales et brumeuses (avec plus de 200 espèces végétales) recouvrent les reliefs du nord tandis que la partie méridionale abrite des formations sèches, de la savane et des pétrifications et quelques lambeaux de mangroves sur le littoral (1 850 hectares).

Le potentiel naturel est considérable dans « l'île aux fleurs » (riche de 1 700 espèces de fleurs comme les bougainvillées multicolores, les hibiscus, les tulipes du Gabon, les orchidées et les anthuriums sauvages, etc.). La diversité des milieux forestiers (43 % de la surface de l'île) et des milieux naturels est particulièrement propice à l'avifaune (plus de 235 espèces recensées, permanentes ou migratoires). La Martinique détient deux réserves naturelles d'importance nationale avec la presqu'île de la Caravelle (côte orientale) et les îlets de Sainte-

¹ Ces touristes moins aisés sont qualifiés localement de « jambon-beurre », « population *fwansèz* avide de sandwiches » qui « envahit les plages ».

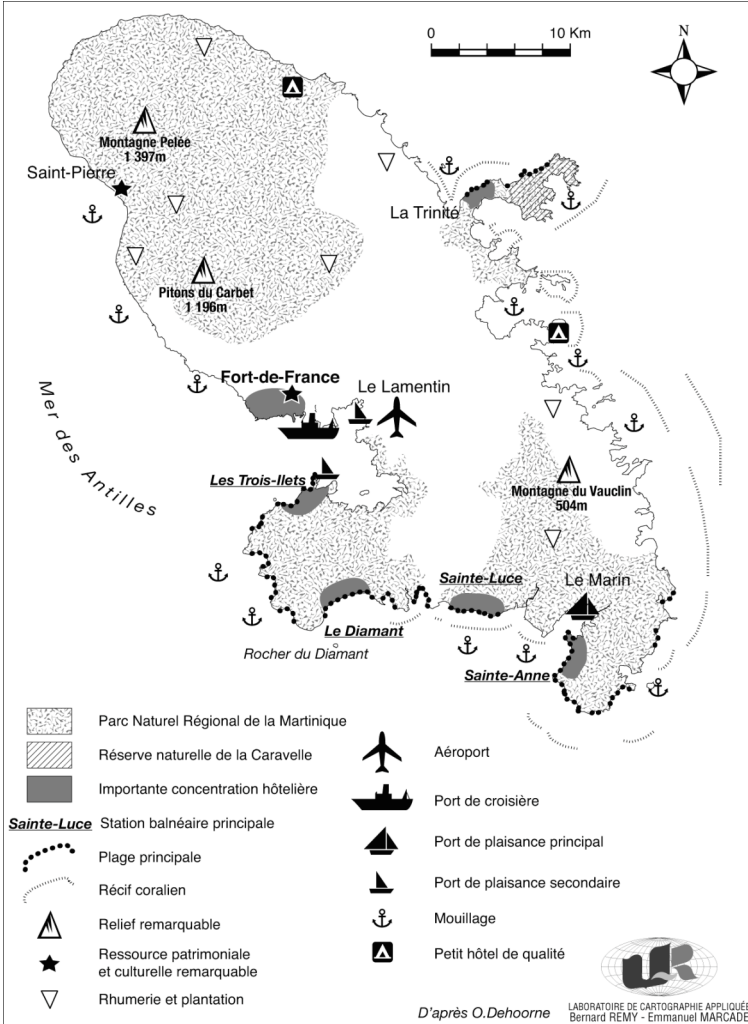
² Saison chaude et pluvieuse, de juillet à novembre.

³ Saison sèche, de décembre à juin

⁴ La côte orientale, au vent, connaît une pluviométrie supérieure de 1 000 mm à celle de la côte Ouest et le sommet de la Montagne Pelée enregistre plus de cinq mètres de précipitation annuellement.

Anne (extrémité sud-est de l'île) ; sans oublier les sites classés de la Montagne Pelée et de la Caravelle. Sur le plan patrimonial et culturel, bien d'autres ressources (notamment autour du rhum, de la culture créole, etc.) sont présentes sur ces territoires.

Fig. 1 : Ressources touristiques et aménagements à la Martinique



Indubitablement, les potentialités touristiques sont grandes mais la touristi- cité des lieux reste bien insuffisante. L'existence de ces ressources ne s'est pas

accompagnée d'une mise en valeur rationnelle et cohérente à des fins touristiques. Par exemple la grande majorité des touristes visitent le site de la Montagne Pelée en moins d'une trentaine de minutes (lorsque l'unique café du lieu est ouvert) avant de poursuivre « leur tour de l'île ». La valorisation rudimentaire de nombreux sites touristiques nuit à l'image de la Martinique et l'absence d'aménagements adéquats induit une altération progressive de la qualité des lieux sans perspective de valorisation économique.

Une activité concentrée sur les littoraux méridionaux

L'activité touristique est très concentrée dans l'espace martiniquais. En dépit des ressources naturelles et anthropiques, des discours et des volontés politiques d'utiliser le tourisme pour lutter contre la déprise rurale qui touche le tiers septentrional de l'île, d'importants secteurs du centre et du nord de l'île ne sont que très faiblement concernés par le fait touristique. Seulement 2 % du territoire martiniquais connaît une fréquentation intense, et 10 % une fréquentation importante. L'offre hôtelière illustre cette logique : l'île compte actuellement 12 200 lits. Les trois cinquièmes sont regroupés dans les quatre communes du Sud (Trois-îlets, Sainte-Anne, Sainte-Luce, Diamant ; cf. figures 2 et 3). Et naturellement, au sein de chacune de ses communes, l'hôtellerie se concentre sur des pôles touristiques spécifiques comme la Pointe du Bout, l'Anse Mitan et l'Anse à l'Ane dans la commune des Trois-Îlets, la Presqu'île de la Chery au Diamant, les quartiers de Gros Raisin et Corps de Garde à Sainte-Luce et les zones du Domaine de Belfond, de la Pointe Marin et l'Anse Caritan à Sainte-Anne. Les gîtes (268 gîtes de France pour 904 lits) et chambres d'hôtes (948 lits) qui complètent le dispositif d'hébergements marchands suivent la même logique spatiale. Sur un total de l'ordre de 7,5 millions de nuitées touristiques, les trois quarts sont effectués sur les franges méridionales de l'île, le pourtour de la baie de Fort-de-France et dans quelques secteurs des côtes sud atlantiques.

L'extrême concentration des pratiques touristiques dans l'espace se traduit par une perte d'attractivité : outre la faiblesse des aménagements (parking insuffisant ou inexistant, équipements sanitaires rudimentaires), la concentration des flux s'accompagne de son lot de nuisances : les axes routiers sont saturés lors des week-ends et des vacances scolaires, la circulation de 4/4 s'improvise à travers des formations végétales littorales dites « protégées ». Le site de la plage des Salines, la plus réputée de l'île (sur la commune de Sainte-Anne) reçoit plus d'un million de personnes par an. Les pratiques balnéaires sont désormais largement répandues dans la société locale qui s'adonne au camping sauvage dans les forêts qui bordent les plages. Autant de nouveaux usages récréatifs locaux qui s'ajoutent à l'activité touristique nationale et internationale dont les apports quotidiens correspondent à une population supplémentaire de 21 000 personnes par jour.

Ces nouvelles réalités expliquent que les touristes se sentent parfois à l'étroit sur les plages particulièrement bruyantes et pourtant recommandées par les guides touristiques. La qualité des lieux se détériore sans qu'il n'y ait de retombées économiques significatives. Les secteurs littoraux les plus recherchés (une centaine de kilomètres carrés) sont l'objet d'importantes spéculations immobilières et parfois de constructions clandestines (et de « petits arrangements ») dans les zones non urbanisées et souvent protégées.

Fig. 2 : Capacités d'accueil et nuitées touristiques à La Martinique

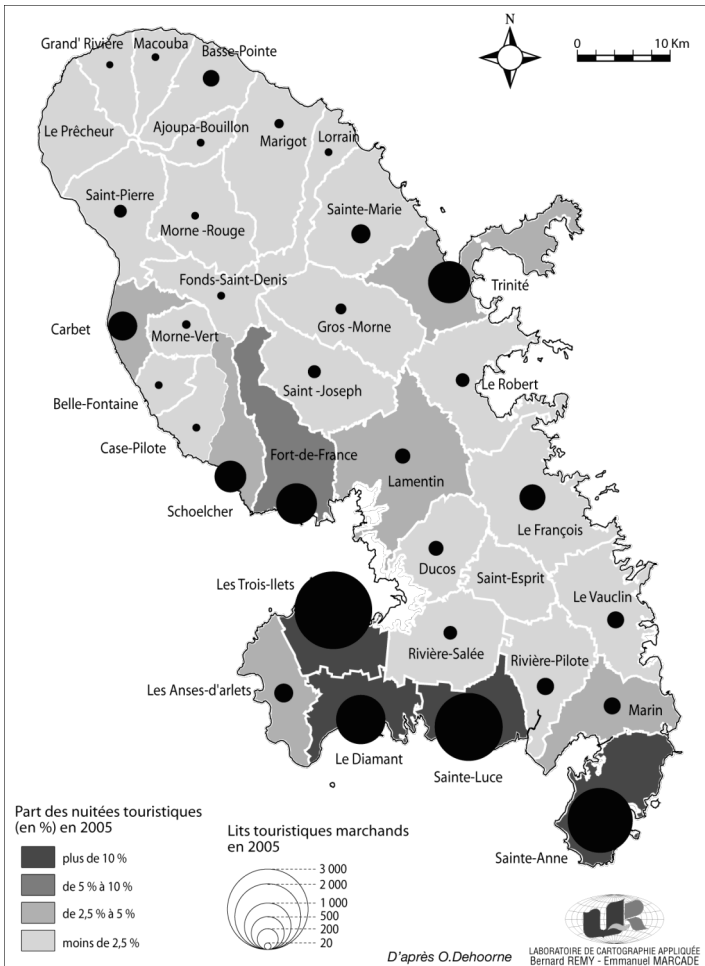
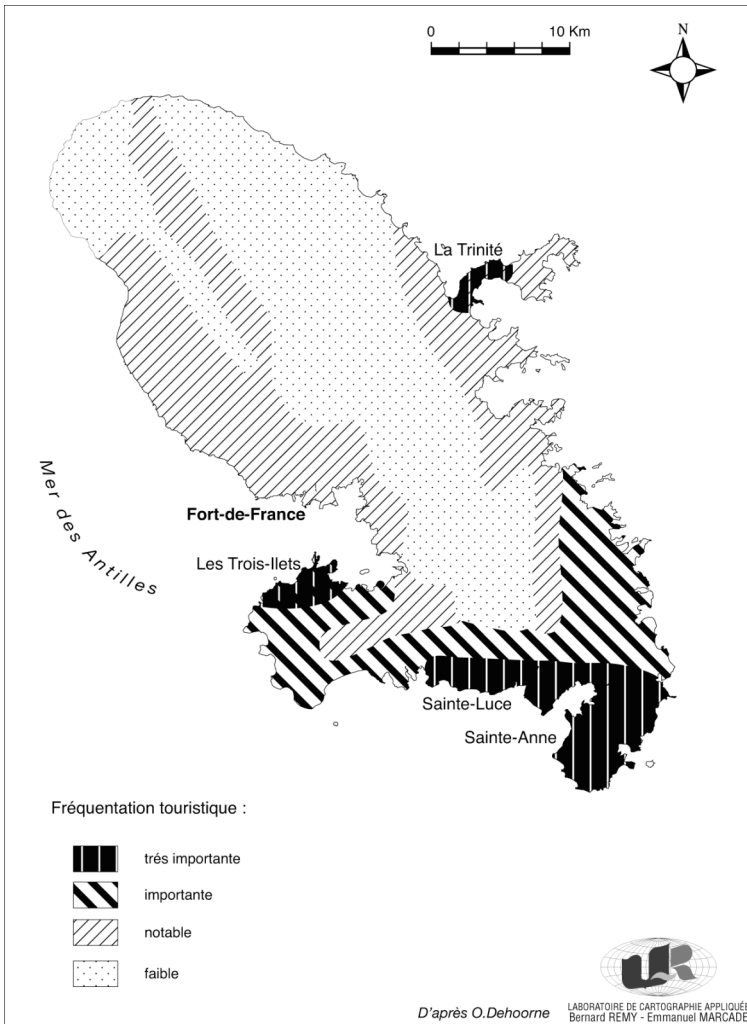


Fig. 3 : La fréquentation touristique à La Martinique

Parallèlement à ces concentrations sur les franges méridionales, dans les secteurs les moins prisés, comme le long des côtes nord-ouest de l'île, quelques structures hôtelières datant du milieu des années 1980 s'effacent progressivement. La réduction des capacités d'accueil de l'hôtellerie (4 700 chambres réparties entre 109 établissements en 2005 contre 117 établissements et 8 733 chambres en 1998) contribue à renforcer cette concentration spatiale.

Si l'important déséquilibre touristique au profit des littoraux méridionaux reflète dans une certaine mesure le pouvoir d'attraction de quelques ressources, il faut souligner que la faiblesse des aménagements, et consécutivement la détérioration progressive des lieux actuellement surfréquentés qui pose le problème de la valorisation économique et de la pérennité du tourisme.

LE TOURISME DANS L'ÉCONOMIE MARTINICAISE

Le cap du milliard de francs de dépenses touristiques fut dépassé en 1989 pour s'élever à 1,691 5 milliards de francs en 1998. Mais à partir des années 2000, la baisse de la fréquentation touristique s'est également traduite par une perte des revenus : 263,2 millions d'euros en 2000, 226,7 en 2001 et moins de 213 en 2002. Les dépenses touristiques n'étaient que 222,5 millions d'euros 2005 (marquant un nouveau retrait 3,4 % par rapport à l'année précédente) (cf. IEDOM). La diminution globale de la fréquentation s'accompagne d'une perte de notoriété de l'île, les clientèles n'ont plus les mêmes niveaux de revenus et fort logiquement les recettes moyennes régressent (99,5 euros de recettes par chambre louée en 2003 contre 127,3 euros en 1999). Et malgré ce déclin, elles contribuent encore à 23,8 % des dépenses totales effectuées dans les commerces locaux. Les enjeux économiques autour du tourisme sont considérables pour les Antilles françaises.

Les revenus du tourisme et l'effet d'entraînement

Une étude des économistes Para, Marquès, Logossah et Carpin (2003) conduite sur la base des données de 1997 démontre que la richesse extraite de la consommation touristique extérieure a atteint 219,6 millions d'euros (1,4 milliards de Francs) en 1997, soit 7 % du PIB marchand (contre 4 % en 1985 et 5,9 % en 1994) et qu'elle concerne plus de mille entreprises. Enfin, la dépense touristique extérieure génère 65,8 millions d'euros (431,6 millions de francs) d'importations. Elle est supérieure à l'ensemble des exportations de la Martinique (114 % des exportations) et laisse donc un solde de 242 millions d'euros (1,6 milliards de francs) dans l'économie locale (Para 2003).

L'effet d'entraînement des consommations touristiques est primordial pour l'économie martiniquaise : un euro de dépense directe d'un touriste génère 0,6 euro de production pour les autres secteurs et chaque emploi direct procure 0,5 emploi supplémentaire. Au final un euro de valeur ajoutée issue directement de la recette touristique internationale se traduit par 1,6 euros (Para 2003). Ainsi sur la base 380 euros de recette touristique (ce qui correspond à la dépense moyenne d'un touriste qui séjourne à la Martinique), les auteurs du rapport indiquent que 263 euros restent à la Martinique et créent 171 € de richesses.

**Tableau 3 : Les dépenses touristiques à la Martinique en 2002
(en millions d'euros)**

	Tourisme de séjour	Plaisance	Croisière	Total	Part en %
Transport	6,6	-	-	6,6	3,1
Location de Voitures	30,7	-	-	30,7	14,4
Excursions/Loisirs	12,3	-	1,6	13,9	6,5
Commerces	45,6	2,8	2,6	50,9	23,9
Restaurants	33,2	-	0,3	33,5	15,7
Hébergement	62,9	-	-	62,9	29,5
Autres	8,8	5,5	0,1	14,4	6,7
Total	200,1	8,3	4,5	212,9	100

Source : CMT

Les dépenses touristiques directes relèvent surtout du tourisme de séjour (95 %) ; le poids de la plaisance et la croisière est très faible (avec respectivement 3,5 et 2 %). Ces dépenses sont très largement soutenues par les consommations touristiques locales. Déjà en 1997, il apparaissait que 60 % de la production touristique étaient le fait du tourisme interne (Para 2003). Et compte tenu du déclin de l'activité nationale et internationale depuis le début des années 2000, il est donc évident que la part de ce tourisme interne connaît une progression constante. Des campagnes touristiques ciblent plus particulièrement les populations locales avec des tarifs pour « résidents ». Mais les consommations différentes selon l'origine géographique des touristes : pour les touristes nationaux et internationaux les principaux postes de dépenses sont le transport, l'hébergement (principalement l'hôtellerie) puis la restauration, les principales consommations des touristes locaux concernent d'abord la restauration, les commerces et secondairement les hébergements marchands.

Tourisme et emplois à la Martinique

En 1997, le secteur du tourisme procurait 6 540 emplois, soit 5,4 % des actifs employés et 26 % des services marchands. En 2002, il concernait 2 265 entreprises et plus de 9 900 emplois, soit près de 8,2 % de la population active employée (IEDOM 2005). Les études font apparaître que 130 touristes dépensant chacun 180 euros à la Martinique créent un emploi dans l'économie martiniquaise et rapportent 111 € de recettes publiques. Le secteur de l'hébergement est le principal pourvoyeur d'emplois (avec 34 % des emplois officiellement déclarés en 2000), suivi de la restauration (22,9 % des emplois) et des transports (12,9 %). Enfin rappelons que des activités non déclarées comme les fameux gîtes « marrons » (locations non déclarées) et les nombreux « jobbeurs » (comme on les

appelle localement) qui travaillent à la journée selon la demande dans les multiples micro-entreprises.

Au début des années 1990, les emplois du secteur touristique étaient principalement recensés dans la grande hôtellerie (0,5 emploi par chambre dans la grande hôtellerie, 1 300 emplois en 1991), la petite et moyenne hôtellerie (0,33 emplois par chambre, 500 en 1991) et la restauration (en moyenne de 4,3 emplois par établissement, environ 950 personnes) (IEDOM 1995), sans oublier les secteurs du transport (1 400 emplois) partagés entre les taxis (343), la navigation côtière, les transports aériens, les locations de voitures particulières, les agences de voyages et quelques animateurs récréatifs. Au milieu des années 1990, plus de 4 500 personnes travaillaient dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration et leur total avoisinait les 7 500 en 1998.

Certes les niveaux de rémunération des emplois du secteur touristique sont globalement faibles. La hiérarchie des salaires présentée en 1991 est toujours d'actualité. Rappelons que plus de 60 % des actifs du secteur étaient sans diplôme en 1990 et que globalement ces emplois demandent peu de qualification à quelques exceptions près (cf. tableau 4).

Tableau 4 : Les rémunérations dans l'hôtellerie et la restauration à la Martinique en 1991

Rémunération en \$US	Hôtels 3 et 4 étoiles	Hôtels 1 et 2 étoiles	Restaurants
2 750	1,1	0,9	1,1
1 800 – 2 750	3,4	2,6	2,1
1 450 – 1 800	7,8	2,6	0
1 100 – 1 450	24,9	10,5	4,3
900 – 1 100	61,2	32,5	11,8
750 – 900	1,6	39,5	58,1
< 750	0	11,4	22,6

Source : CMT

Le déclin graduel de l'activité (réduction du volume de nuitées, fermeture d'établissements hôteliers, déficits de revenus) a engendré une perte de 2 000 emplois en l'espace de deux ans (2000-2002) suivis de 1 200 à 1 500 autres au cours des trois années suivantes. Ce recul s'effectue dans le cadre d'une économie insulaire qui compte plus de 38 000 demandeurs d'emploi pour moins de 125 000 emplois occupés (fin 2004). Les métiers du tourisme, caractérisée par leur forte saisonnalité, leur grande flexibilité, constituent également des premières expériences professionnelles pour de jeunes populations confrontées au chômage. Lors de la réouverture du Club Med à la Martinique, plus d'un millier de

candidatures (notamment de personnes qualifiées⁵) ont afflué en l'espace quelques jours pour répondre à une cinquantaine d'offres d'emploi. La crise du secteur tourisme contribue à alourdir le climat social tendu de l'île.

Le tourisme, une activité primordiale pour l'économie de la Martinique

Premier secteur d'exportation de la Martinique, le tourisme finance 18 % du déficit commercial extérieur. La recette extérieure nette est de 244 millions d'euros⁶. Compte tenu des réalités économiques de l'île, les enjeux autour du tourisme sont fondamentaux. En effet, les perspectives du secteur industriel sont très limitées. Ce secteur n'emploie que 15 % de la population active malgré les dispositifs de défiscalisation des investissements outre-mer mis en place par l'État depuis 1986. Les deux seules entreprises qui atteignent une taille significative sont Electricité de France (EDF), avec l'une des plus importantes centrales électriques des Caraïbes, et la Société anonyme de raffinage des Antilles (SARA) qui raffine et distribue les produits pétroliers destinés aux Antilles françaises. Quant au secteur tertiaire, il représente environ 75 % des emplois de la Martinique, dont près de la moitié dans le secteur public non marchand.

Secteur traditionnellement gros pourvoyeur d'emplois, l'agriculture ne concerne plus que 7,6 % de la population active et elle occupe désormais la seconde place dans les exportations de l'île. Ses principales productions sont la banane et le rhum. Des liens évidents s'imposent entre le tourisme et le rhum local ; le rhum étant la principale activité agro-industrielle de la Martinique (8 % des recettes d'exportation), avec 12 distilleries représentant 17 marques, la promotion qui s'opère par le biais du tourisme est aussi stratégique pour organiser l'écoulement de la production à l'extérieur de l'île. La banane occupe encore 8 500 hectares (soit 25 % de la surface agricole utile) mais son avenir s'est assombri avec la libération du marché. Les producteurs de ces territoires insulaires ne sont pas en mesure de répondre à la concurrence des grandes plantations latino-américaines. Les pertes d'emplois se précisent dans ce secteur qui représente 40 % de la production agricole finale et emploie toujours 80 % de la population agricole. Dans les secteurs ruraux frappés par la crise de la banane, les préoccupations en terme d'emploi et d'aménagement du territoire sont importantes. La question des potentialités touristiques revient alors au premier plan : les intérêts portent alors les ressources susceptibles de promouvoir un tourisme rural avec des structures d'accueil chez l'habitant.

⁵ Actuellement 47,2 % des demandeurs d'emploi de la Martinique sont des employés qualifiés (IEDOM 2005).

⁶ La consommation touristique étant de 307 millions d'euros et les importations consécutives s'élèvent à 66 millions d'euros.

Si le déclin actuel s'explique en partie par la faible mise en valeur des ressources locales et le manque de prise en considération des enjeux économiques réels autour du tourisme, la crise économique actuelle (un taux de chômage de plus de 24 %, plus de 45 % des chômeurs sans emploi depuis plus d'un an) nécessite de reconsidérer les enjeux de développement autour du tourisme.

LA CRISE TOURISTIQUE À LA MARTINIQUE : ENSEIGNEMENTS ET PERSPECTIVES D'AVENIR

Une concurrence régionale exacerbée

Les principaux atouts des îles caribéennes reposent sur une même représentation de la « tropicalité » réduite aux « 3 S » (*Sea, Sun, Sand*) avec un quatrième « S » (le *Sex* en plus) pour les destinations motrices de la région (Cuba, la République dominicaine et la Jamaïque en particulier). Les inégalités de richesses de ces sociétés contribuent à attiser ces rivalités : tandis que les îles plus riches vantent leurs atouts sécuritaires (sécurité physique, alimentaire et sanitaire en générale), elles doivent intégrer des coûts salariaux plus importants. À l'inverse, les îles en voie de développement vendent des séjours peu chers en partie grâce à leurs faibles charges salariales, souvent accompagnées de législations environnementales moins contraignantes.

Dans ce contexte, les Antilles françaises, dont le niveau de vie est parmi les plus élevés de la région, rencontrent de sérieuses difficultés. L'inflation, la cherté du niveau de vie (les produits alimentaires ont enregistré une hausse de 4,2 % en 2005) et l'importance des classes moyennes, quasiment inexistantes dans les autres îles (d'où la nécessité de relativiser les niveaux de revenus moyens annoncés compte tenu du nombre d'État est dépourvu de classe moyenne significative dans la région), constituent actuellement de sérieuses limites en terme d'approvisionnement des structures et des niveaux de rémunération. Les niveaux de rémunérations moyens des employés du secteur touristique sont les plus élevés de la région. Les séjours onéreux ne peuvent pas soutenir la compétition des principaux concurrents de la Caraïbe. À titre d'exemple, lorsqu'un établissement hôtelier sur l'île voisine de Sainte-Lucie emploie une personne par chambre et que la masse salariale ne représente que 20 % du chiffre d'affaires de l'hôtel, les grands établissements des Antilles françaises ne comptent que 0,25 emplois par chambre et la masse salariale atteint 40 à 45 % du chiffre d'affaires.

Longtemps protégés par leur position privilégiée sur le marché français, les Antilles françaises ont été surprises par l'essor du marché régional ; rappelons qu'au cours de la période 1990-2002, les taux de croissance touristique annuels

furent respectivement de 9,4 % et 14,3 % pour la République dominicaine et Cuba contre 3,1 % pour la Martinique.

Depuis le milieu des années 1990, la fidélité des touristes français s'effiloche. Lorsque le Sud côtoie le Nord sous le soleil des tropiques, les touristes avertis diversifient davantage leurs expériences en tirant profit des effets de la concurrence. Dès lors, pour faire face à la crise qui se dessine, l'un des clés semble être l'ouverture de nouvelles liaisons aériennes. En fait le carrefour aérien annoncé à la fin des années 1980 est devenu un cul-de-sac avec pour unique exutoire l'aéroport parisien d'Orly. La concentration de l'activité touristique de ces îles au profit du marché français s'est traduite par une fermeture progressive des liaisons aériennes avec les États-Unis et le Canada.

La question des transports aériens et de l'ouverture de nouvelles dessertes avec l'Amérique du Nord est cruciale, mais elle doit s'accompagner d'un positionnement stratégique sur le marché. Pour l'heure, les établissements hôteliers vieillissent faute d'investissements significatifs pour renouveler l'offre et le tourisme de masse se placent vers les destinations émergentes de la région.

Un engagement insuffisant

Au regard des potentialités des lieux, le niveau d'aménagement est bien insuffisant. Forte de ces ressources majeures (plages et lagons), la mise en valeur du territoire est restée rudimentaire : peu d'équipements ludiques et récréatifs, des offres de services limitées, un dispositif commercial inadapté et des animations culturelles et nocturnes très insuffisantes. L'activité subsiste au stade d'une économie de « cueillette » : « nos ressources sont uniques, cela suffit pour attirer les touristes ». De cette situation se dégage un sentiment d'insatisfaction chez les touristes qui partagent une impression d'ennui. Le rapport qualité/prix est alors davantage défavorable à ces îles françaises.

Les argumentaires qui expliquent la faiblesse des aménagements par manque de moyens laissent parfois perplexes. Il suffit pour cela de relire quelques rapports faisant l'état de la situation une décennie plus tôt (IEDOM 1993). Par exemple, en 2006, il est toujours question de lancer des produits autour du tourisme de santé et du thermalisme comme en 1990. En 1993, l'exploitation de sources naturelles était déjà engagée, le budget s'élevait à 35 millions de francs et 3 millions de francs étaient déjà employés (dont 500 000 francs pour la réalisation d'études) (IEDOM 1993). Treize ans plus tard, aucune trace de ce tourisme thermal, le dossier fait toujours parti des « idées innovantes » émises pour sortir de la crise. Dans le même ordre d'idée, il y a aussi le port de plaisance de Fort-de-France annoncé au début des années 1990 pour 56,28 millions de francs (avec 100 % de fonds publics) (IEDOM 1993). Le projet a finalement vu le jour sur la commune du Marin et celui de Fort-de-France est toujours envisagé. Dernier

exemple de ces disfonctionnements entre les aménagements annoncés et les réalisations effectives : le pôle touristique de Saint-Pierre financé à 95 % par des fonds publics. Fin 1989, plus de 90 % des 34,4 millions du programme étaient engagés pour l'aménagement du lieu et l'établissement de stratégies sur le marché américain. Vingt-cinq ans plus tard, la problématique reste la même et les moyens financiers manquent.

La faiblesse des aménagements et le manque d'optimisation des fonds alloués au cours de ces deux dernières décennies font cruellement défaut au secteur touristique aujourd'hui et la conduite de ces projets d'aménagements est d'autant plus délicate qu'ils font rapidement l'objet de polémiques. Des arguments d'ordre écologique sont volontiers développés à des fins très partisans par des mouvements dits « indépendantistes et écologiques » qui entendent contrôler l'accès aux ressources contre le « risque d'invasion », contre « l'Autre, indésirable ». Dans ce débat, l'environnement et la gestion des ressources sont très largement instrumentalisées. Différentes catégories d'acteurs se rejoignent sur la nécessité de conserver l'environnement en état, d'en limiter les accès. Or dans les faits, il apparaît que les secteurs « non aménagés », et donc livrés à des pratiques « sauvages » relevant du tourisme intérieur, connaissent des processus de dégradations plus inquiétants que les espaces touristiques aménagés et réglementés. Les pratiques touristiques des Martiniquais à la Martinique sont particulièrement dommageables pour les écosystèmes littoraux, les véhicules tout-terrain s'enfoncent volontiers à travers les sous-bois qui bordent les plages, les arbres des forêts de l'ONF sont taillés pour répondre au besoin du camping sauvage, des grillades sont improvisées... Et après les traditionnels week-ends de Pâques et les longues vacances de juillet et août, les agents de l'ONF se consacrent à la collecte des détritiques en tout genre abandonnés sur les plages. La ressource est fragile et si vite détériorée. Il y a incontestablement un risque de perte d'attractivité compte tenu des dégradations croissantes et surtout la très faible sensibilisation des populations locales.

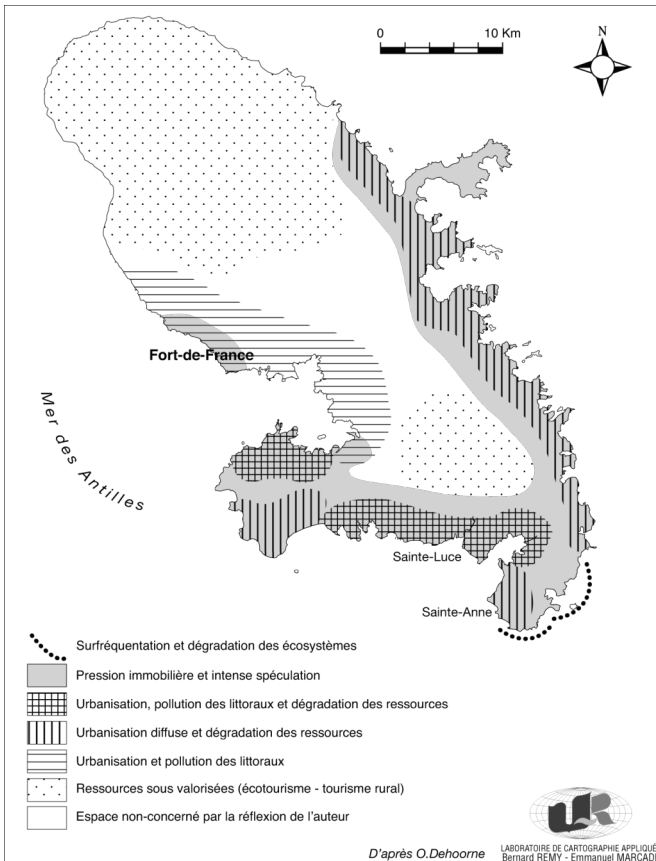
Une île urbanisée en perte d'attractivité

L'espace martiniquais connaît des pressions anthropiques croissantes. L'île compte presque 382 000 habitants (en 1999 pour 1 100 km²) très inégalement répartis. L'agglomération foyalaise et son prolongement sur la rive sud de la baie de Fort-de-France concentre plus de 40 % du peuplement de l'île et plus de 50 % en incluant sur les communes périurbaines proches. Les communes urbaines qui se partagent les littoraux les plus touristiques de la moitié méridionale regroupent un autre quart de la population. 75 % des habitants de la Martinique sont concentrés sur 40 % de la superficie du territoire (correspondant aux plaines et collines peu élevées du centre de l'île et aux franges littorales du sud), la densité

moyenne de cet espace urbanisé (où alternent des noyaux de fortes densités et de vastes secteurs occupés par un habitant pavillonnaire diffus) est de l'ordre de 750 habitants/km².

Cette situation contribue à une dégradation accélérée des ressources environnementales (cf. fig. 4). Outre la vétusté des réseaux d'assainissement, leur insuffisance est considérable : 45 % des habitations ne sont pas raccordées au réseau en milieu urbain et plus de 60 % dans les zones périurbaines et rurales. Les rejets des eaux usées sans traitement adéquat contribuent à la pollution des eaux littorales. La détérioration des eaux de baignade nuit à la destination et nécessite parfois la fermeture ponctuelle de plages (comme la plage du Madiana sur la commune de Schoelcher).

**Fig. 4 : Les limites touristiques de La Martinique :
vers une perte d'attractivité**



La situation est particulièrement critique sur le plan des transports. Les infrastructures routières ne correspondent pas aux nouvelles logiques du peuplement dans les espaces centre et sud de l'île. Les 315 kilomètres de routes nationales et 7 kilomètres d'autoroute (sur un total de 2 000 km de routes) supportent quotidiennement une moyenne de plus 100 000 véhicules. Lors de navettes quotidiennes, 2 à 3 heures peuvent facilement être perdues dans les embouteillages pour parcourir une cinquantaine de kilomètres. La Martinique n'a aucun transport en commun digne de ce nom. La situation s'aggrave à chaque rentrée et la surprise est grande pour le touriste de passage dans l'île immobilisé au milieu d'embouteillages qui lui étaient inimaginables. Les processus d'urbanisation se poursuivent et les terres agricoles connaissent de généreuses reconversions dans les opérations immobilières.

Mitige de l'espace, dilution des paysages ruraux dans la périurbanisation, saturation des axes routiers et accumulation des déchets domestiques (60 % des 235 000 tonnes de déchets annuels) sont devenus de réalités incontournables d'une île qui voit son attractivité touristique fragilisée.

Enfin les crises économiques et sociales concourent également au processus de fragilisation de la destination. L'insuffisance des logements sociaux, le chômage et la précarisation sont autant d'éléments qui contribuent à accentuer les tensions sociales dans une île où plus de 63 000 personnes (17 % de la population) vivent sous le seuil de pauvreté. La Martinique compte plus de 30 000 Rmistes et 500 personnes dites errantes. Les tensions se traduisent par la multiplicité des grèves comme lors de l'année 2004 qui a connu un paroxysme avec 26 830 journées individuelles non travaillées. La jeunesse, de mieux en mieux formée, confrontée au chômage et à la précarité, réclame sa place dans la société. Ces populations ne veulent plus envisager leur avenir à travers d'incertaines perspectives migratoires vers la France continentale.

Violences routières, « tirages sauvages » nocturnes et petite délinquance participent au développement d'un climat d'insécurité⁷ et la petite criminalité s'organise principalement dans les zones touristiques : les Trois-Îlets, le cœur de Fort-de-France, les plages de Sainte-Anne (Carmel 2006).

Le tourisme dans la société martiniquaise : aller au-delà des contradictions

Les rapports entre touristes et sociétés d'accueil sont particulièrement complexes dans les Antilles françaises. Comme le soulignait Chardon (1987, p.143) ces deux mondes qui se côtoient « devraient communiquer » mais souvent ils « s'ignorent, ne savent comment s'aborder et limitent leurs apports à des

⁷ Le forum du site internet du guide du Routard est éloquent à cet égard.

opérations mercantiles » et « si l'escale de croisière constitue l'exemple le plus caricatural d'un enrichissement mutuel manqué ou évité, le touriste de villégiature insulaire n'en est pas toujours éloigné ». Une réflexion sur la crise touristique qui caractérise les Antilles françaises aujourd'hui ne peut faire l'économie d'un questionnement sur les réalités sociétales de ces territoires d'accueil.

Les débats locaux autour du tourisme sont particulièrement contradictoires. On reproche : le retranchement des touristes et leur présence envahissante, la supériorité que leur octroie leur argent et la faiblesse de leur dépense. Des propos « de la haine ordinaire » peuvent être relevés dans les médias locaux : ainsi les politiques promotionnelles des transports aériens (tant réclamées) sont considérées comme « la pire catastrophe pour la Martinique », un « véritable coup de couteau [...] porté à la politique touristique car à ces tarifs il s'agira de visiteurs à pouvoir d'achat nul, du touriste sac à dos, qui détérioreront l'image de la destination. C'est bel et bien la clochardisation du tourisme martiniquais et la porte ouverte à l'augmentation de chômeurs, de délinquants, de drogués, de prostitutions et autres maladies microbiennes ou virales » et l'article poursuit son plaidoyer par l'ultime appel consensuel à la préservation de la qualité de l'environnement « la Martinique véritable joyau, deviendra une poubelle avec toutes les répercussions sur l'environnement et l'équilibre biologique et naturel »⁸. L'idéal étant « l'argent des touristes sans la présence des touristes ».

Au-delà des sentiments xénophobes ponctuels, le tourisme se développe sur toile de fond d'une société complexe, très sensible aux termes de « servitude » et « larbinisme ». Compte tenu de l'histoire de ces îles fortement marquées par l'esclavage, une longue colonisation européenne et des rapports de domination, il existe au sein de certaines catégories de la population un profond dégoût du « service à la personne », or « la prestation touristique est un service qui se veut personnalisé au-delà de normes appliquées à de grands nombres ; aux yeux d'une opinion psychologiquement hypersensible aux contacts de populations de couleurs et de cultures différentes, elle peut ainsi évoquer une nouvelle forme tarifée et modernisée de domesticité. Cette personnalisation du service est liée à un appât du gain assez peu répandu chez les travailleurs locaux ; ceux-ci préfèrent souvent l'emploi de bureau, dont on peut retirer un certain prestige du contact de la clientèle, ce qui est rarement le cas dans l'hôtellerie » (Chardon 1987, p. 143). Le service touristique est assimilé au fameux « larbinisme » et ces sentiments peuvent être renforcés par des attitudes de certains touristes peu attentifs aux nuances locales. Cette appréhension est largement entretenue et confortée par les leaders politiques qui prônent des discours indépendantistes, de rupture, du refus de ce système.

⁸ Journal *Antilla*, numéro 1010, 7 octobre 2002.

La crise du tourisme martiniquais semble alors s'inscrire dans le cadre d'un malentendu savamment entretenu au point de devenir un anachronisme. Le nouvel immigrant contribue à un « génocide par substitution »⁹, terme qui avait effectivement tout son sens, il y a encore quelques décennies mais qui, aujourd'hui, au regard de l'intégration de ces territoires dans l'espace national et européen, de la grande mobilité des insulaires, paraît un anachronisme malsain qui ne contribue pas à créer un climat propice au développement de l'île ; d'autant que les leaders qui emploient ces termes sont largement des fonctionnaires.

Les populations qui résident dans ces îles sont loin de constituer une société cohérente. Les rapports de forces persistant et la subtilité des jeux d'acteurs se traduisent dans des compromis et autres coalitions d'intérêts instables. Parmi les principaux, citons les « békés », dont la prépondérance financière et foncière remontent à la colonisation de ces îles. Leur discrétion relative sur la scène politique n'enlève rien à leur poids effectif auprès d'élus confrontés quotidiennement aux difficultés économiques et sociales de leur territoire. Ces îles ont aussi leurs nouvelles élites porteuses d'initiatives, mais les clivages sont forts : les idées des « négropolitains » peuvent paraître suspectes en raison du temps que ces derniers ont passé en « Métropole ». Certains intérêts convergent dans la spéculation immobilière que favorise la défiscalisation tandis que les populations précaires sont confrontées à la crise du logement. Les plus démunis constituent un « stock » de citoyens facilement mobilisables (et manipulables) au gré des revendications engagées par les leaders. Les « autonomistes » (qui prônent l'autonomie dans l'espace européen) s'opposent aux « indépendantistes » et « la défense de l'écologie » est souvent l'occasion de manifestations dominicales contre tel ou tel intérêt. Les compromis se font et défont ainsi et les programmes d'aménagement piétinent.

CONCLUSION

Depuis la fin des années 1990, le tourisme connaît une récession notable dans les Antilles françaises qui se traduit par des pertes nettes de clientèles et le vieillissement des structures dans un contexte de forte concurrence régionale. Paradoxalement, les populations locales ne semblent pas avoir pris conscience des enjeux pour l'avenir de ces îles.

Au-delà des considérations classiques sur les processus de mise en tourisme et des stratégies marketing, la crise actuelle du tourisme dans les Antilles françaises pose le problème du désir réel de tourisme et plus généralement de

⁹ Le mardi 28 septembre 2004, le Conseil régional de la Martinique a voté en séance plénière une motion intitulée « *Non à la politique de substitution !* » pour protester contre l'arrivée d'enseignants venant de France métropolitaine.

l'acceptation de la présence de l'Autre. Le positionnement des sociétés locales à l'égard de l'activité touristique, son rôle et son intérêt, reste flou. Or dans le contexte actuel, sur le plan économique, le secteur peut tout à fait contribuer à la définition d'une véritable stratégie de développement globale pour les Antilles françaises. Une reprise des consommations touristiques pourrait rapidement restaurer les deux mille emplois perdus dans le secteur et autoriser un gain raisonnable de mille emplois supplémentaires.

La crise du tourisme des Antilles françaises est révélatrice d'un malaise sociétal. La recherche identitaire se heurte aux effets de la mondialisation, économique comme culture, que ces flux touristiques incarnent. Les alliances complexes et contradictoires se recomposent au gré des opportunités dans ces territoires à la recherche de leur développement.

BIBLIOGRAPHIE

- CARMEL J., (2006), *Tourisme et sécurité. L'ère du voyage à risques*, Université des Antilles et de la Guyane, Mémoire DESS Activités et entreprises touristiques, 175 p.
- CAZES G., (1968), « Le développement du tourisme à la Martinique ». *Les Cahiers d'Outre-Mer*, t. 21, n° 83, p. 225-256.
- CHARDON J-P., (1987), *L'avion dans les Antilles*. Bordeaux, CRET, Coll. « Îles et Archipels », n° 7.
- DEHOORNE O., (2006a), « L'avènement du tourisme de masse sous les tropiques. Éléments de réflexion sur les enjeux touristiques dans l'espace caribéen », *Études Caribéennes*, n° 4, p. 41-50.
- DEHOORNE O., (2006b), « Le tourisme dans les Caraïbes. Logiques régionales et enjeux environnementaux », *Terres d'Amérique*, n° 5, p. 179-205.
- DEHOORNE O., (2006c), « Le port de plaisance du Marin (Martinique) : de la construction d'un lieu touristique à son insertion régionale », in N. Bernard (éd.), *Le nautisme. Acteurs, pratiques et territoires*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, p. 87-100.
- DESSE M., SAFFACHE P., (2005), *Les littoraux antillais : des enjeux de l'aménagement à la gestion durable*, Matoury, Ibis Rouge Éditions, 116 p.
- DUVAL T-D., (2004), *Trends and circumstances in Caribbean tourism* in T-D. Duval Ed., *Tourism in the Caribbean. Trends, Development, prospects*, Routledge, p. 3-22
- HARTOG T., DE VASSOIGNE C., (1999), « Les tourisms dans les départements français d'Amérique », *Mappemonde*, n° 2, p. 21-25.
- Institut d'Émission des Départements d'Outre-Mer – Institut d'Émission d'Outre-Mer, (1993), *Le tourisme dans les Dom-Tom*, Paris, IEDOM-IEOM, 550 p.
- Institut d'Émission des Départements d'Outre-Mer, (2006), *La Martinique en 2005*, Paris, IEDOM. 190 p., Rapport annuel.
- PARA G., MARQUES B., LOGOSSAH K., CARPIN E., (2003), *Évaluations de l'impact économique du tourisme international à la Martinique : Vers l'élaboration d'un compte satellite du tourisme 1997-2000*, Fort-de-France, INSEE-ARDTM-UAG, 71 p.

Principale ressource Internet

<http://web.martiniquetourism.com>. Le site du Comité martiniquais du tourisme. Il contient des informations de promotion classiques ainsi que des données statistiques sur l'activité touristiques.