

Monsieur le Président directeur général d'Air Tahiti Nui,
Monsieur le Directeur général délégué d'Air Tahiti Nui,
Mesdames et messieurs,

Il y a quelques années, pas si lointaines, notre destination Polynésie française affichait une courbe de la fréquentation touristique aux allures vertueuses et prometteuses.

Ce temps n'est plus, force le constat !

Malgré la dilapidation des réserves financières du Pays jusqu'à épuisement, la puissance publique et ses satellites ont laissé l'économie de la Polynésie, nos ressources propres se déprécier et l'attractivité touristique de la Polynésie française décliner.

Avec quelques 170.000 touristes attendus, la fréquentation de cette année se situera au niveau de l'année 1996.

Que de chemin en arrière, parcouru en si peu de temps ! Nous avons perdu plus de 50.000 touristes depuis 2007 !

Et ce n'est pas la bien trop faible progression touristique, constatée au cours de ces trois dernières années, qui peut conclure à l'efficacité de nos actions.

Certes, la crise économique mondiale peine à présenter des signes de résorption ; la concurrence touristique internationale est de plus en plus âpre ; le marché du tourisme lui-même a changé, et les attentes touristiques se sont diversifiées et spécialisées.

Mais qu'avons-nous entrepris, pendant que le monde changeait, pour changer nous-mêmes ? Qu'avons-nous esquissé pour répondre à ces nouvelles attentes, ces nouvelles exigences en matière de tourisme ? Sommes-nous si sûrs de nous pour résolument poursuivre dans cette même voie éculée, et répéter à l'infini nos actes, malgré l'absence de résultat ?

Les chiffres sont têtus. Pour les combattre, ne le soyons pas à notre tour.

Les mauvais résultats touristiques obtenus ces dernières années ont mis à jour les insuffisances en matière de stratégie et d'orientation touristiques, de collaboration entre l'ensemble des acteurs de ce secteur, et de diversification et différenciation dans les choix de développement.

Disons-le aussi clairement, mais une fois pour toute, pour laisser ensuite le champ à l'action :

1. nous ne réussissons pas à capter les touristes ;
2. nous ne savons pas vendre nos produits touristiques actuels et créer ceux aujourd'hui attendus ;
3. nous ne sommes pas aux prix des marchés pour les offres touristiques que nous leur proposons.

Lorsque l'on relie entre elles ces trois assertions, et de quelque nature que soit le bienfondé de chacune d'elle, on peut déjà affirmer l'existence d'un **décalage** entre notre offre et la demande que l'on vise.

Aussi, dans ce contexte, la promotion de la destination « Polynésie française », basée sur le seul positionnement de l'image, ne peut suffire aujourd'hui à répondre au Marché du tourisme, avec un grand M, et aux marchés touristiques mondiaux, au pluriel.

Les budgets consentis aujourd'hui, /bien supérieurs à ceux attribués hier pour des résultats incomparablement meilleurs/, démontrent leur impuissance à développer le tourisme dans notre Pays et nous interpellent sur leur destination, au moment où le marché semble privilégier le contenu.

Comme vous l'avez observé, le Président du gouvernement a fait le choix, pour chacun de ses ministères, de rassembler les secteurs d'activité qui concourent à un même axe de développement économique du Pays.

Ainsi, mon ministère regroupe l'écologie, l'environnement, l'aménagement du territoire et les transports aériens, pour qu'ils contribuent au développement du secteur du tourisme et, par là-même, à leur propre essor.

Et c'est à partir de cette orientation majeure de la politique gouvernementale qu'ont été construites les politiques publiques sectorielles relevant de ma compétence, chacune intégrée, axée et tournée vers le développement du tourisme en Polynésie française.

Les orientations stratégiques, et leurs déclinaisons fonctionnelles et organisationnelles, qui seront soumises à l'approbation de notre Assemblée, se synthétisent selon quatre axes :

- 1. cibler nos futurs visiteurs, identifiés comme réceptifs, captifs et présentant une propension certaine à la consommation de produits touristiques ;**
- 2. créer et développer les produits touristiques attendus par les cibles de touristes retenues ;**
- 3. organiser l'offre des produits touristiques et leur commercialisation ;**
- 4. faire le choix d'un positionnement différencié et agressif de nos produits sur le marché mondial.**

1. Dépasser l'existant pour cibler nos futurs touristes. (premier axe stratégique)

L'attractivité touristique est un phénomène complexe à appréhender car, pour sa compréhension, elle allie des facteurs multiples s'étendant, du rationnel à l'irrationnel, du réel à l'imaginé, du vrai au ressenti.

Elle est, pour un site déterminé, la conséquence de la rencontre de sa géographie, de son histoire, de sa vie économique, sociale et politique, avec un groupe extérieur de personnes, qui s'est structuré autour de concepts sociologiques, et rassemblé en communauté ou en organisation.

C'est pourquoi il apparaît aujourd'hui nécessaire de passer d'une analyse marketing par trop macroéconomique, à une segmentation fine des cibles touristiques.

En effet, nous devons concentrer nos efforts et nos ressources sur l'identification et l'approche des cibles et niches touristiques à même d'être captées pour amorcer la relance du tourisme en Polynésie française.

Cette approche nouvelle a déjà été initiée ; des travaux sont en cours et leurs premières conclusions devront être présentées au tout début de l'année prochaine.

2. Proposer les produits touristiques attendus par nos cibles touristiques. (second axe stratégique)

Le socle de tout développement touristique réside dans la nature de l'offre de ses produits.

Pour répondre aux attentes des touristes que nous aurons choisis, nous nous devons de quitter la sphère des produits touristiques trop généralistes, trop standardisés, peu différenciés et attractifs, finalement peu compétitifs face à la concurrence.

Nous aurons à créer ou à assembler les produits touristiques qu'ils attendent. Sans attendre, et au regard de la faible diversité de notre offre, nous avons élaboré plusieurs plans d'actions dédiés à la construction de produits et d'événementiels touristiques se rapportant à l'écotourisme, la culture, aux loisirs et aux sports.

Ainsi, plus d'une trentaine de projets d'aménagement seront lancés dès le début de l'année prochaine, essentiellement dans les îles de Tahiti et Moorea, pour lesquelles l'activité doit touristique doit y trouver une plus grande place.

Ces projets portent sur la création d'hôtels, de bases de loisirs et de détente, de centres d'affaires, d'écomusées, d'un centre culturel, d'un parc naturel, de circuits de randonnées, d'aménagements pour la plaisance et la croisière.

Pour les domaines de l'écologie et de la culture, la protection et la valorisation de nos patrimoines deviennent en conséquence une priorité.

3. organiser l'offre de nos produits touristiques et leur commercialisation. (Troisième axe stratégique)

Les orientations fixées par mon ministère commandent le rapprochement des compétences et l'émergence de pôles d'activité et de responsabilité.

Aussi, elles vont s'accompagner de nouveaux modes de fonctionnement et, conséquemment d'organisation, prolongements nécessaires à une redynamisation de la puissance publique notamment, et du soutien à apporter aux différents acteurs.

Au secteur privé, je compte proposer, également, de renforcer ses filières professionnelles impliquées dans l'activité touristique, afin de mieux les structurer, les soutenir et les fédérer vers des objectifs communs et partagés.

La réussite de notre action pour le développement du tourisme en Polynésie française requiert la participation et l'implication de tous ; **elle ne sera complète que si et seulement si nous décidons d'œuvrer ensemble pour un même destin.**

C'est pourquoi j'attends de vous que nous puissions offrir ensemble, aussi des produits packagés à des prix attendus par la clientèle visée.

D'autre part, nous devons privilégier le placement de nos produits touristiques positionnés en basses et moyennes saisons, et rechercher tout particulièrement des acheteurs pour nos quelques 15.000 sièges d'avion de notre compagnie ATN et 400.000 nuitées de nos hôtels et pensions de famille, aujourd'hui invendus pendant ces périodes de l'année.

La culture de l'objectif et du résultat doit dès à présent, prendre pleinement toute sa place à tous les niveaux de l'exploitation de l'activité touristique, et en conséquence, également dans les structures publiques et parapubliques, ou lorsque l'engagement de fonds publics y est associé.

L'efficacité et l'efficience doivent, quant à elles, nous guider dorénavant dans nos choix.

4. présenter une offre de produits touristiques différenciée et agressive.(Quatrième et dernier axe stratégique)

Les effets de la mondialisation et la démultiplication de ses effets concurrentiels, nous imposent le choix de la différenciation.

La Polynésie française possède tous les atouts pour se différencier. Elle est un « vrai ailleurs », un « autre monde », une « réelle authenticité ».

Elle dispose donc de toutes les capacités pour placer son offre touristique sur un positionnement marketing différencié, à la condition toutefois qu'elle s'assure de la qualité de ses produits et de son service.

Aussi, nous nous engagerons en 2014 dans une recherche d'obtention de labels internationaux, pour la reconnaissance mondiale de notre patrimoine environnemental et culturel.

Nous lancerons une démarche qualité pour chacune des filières du tourisme et nous procéderons à des mesures de satisfaction de nos visiteurs.

Enfin, je veux favoriser la conception d'offres touristiques complètes, aboutissant à une augmentation de la durée du séjour en Polynésie et de la consommation de nos produits locaux.

Par ailleurs, je ne peux concevoir ces offres comme ne pouvant répondre aux attentes des marchés touristiques que nous ciblerons prioritairement.

J'attends en conséquence, pour atteindre nos objectifs de développement, une diminution sensible du prix global du séjour en Polynésie française.

Je chercherai, de mon côté, à identifier les facteurs pouvant concourir à la réduction de vos coûts fixes.

Pour prolonger mon propos sur les thèmes abordés par votre conférence, je m'attarderais maintenant sur l'apport attendu du transport aérien en général et de notre compagnie AIR TAHITI NUI en particulier

Comme vous avez pu le relever, le transport aérien comme l'aménagement du territoire est un des chaînons essentiels au développement du tourisme de notre Pays.

La définition d'un plan schéma directeur des transports intérieurs est en cours d'instruction. Il devra allier, désenclavement et développement économique et touristique.

L'ouverture de nouvelles voies aériennes, trans-pacifiques et transrégionales, pour lesquelles des discussions sont conduites, notamment avec HAWAIIAN AIR est capitale, tout comme possiblement une refonte de nos liaisons aériennes pour répondre aux attentes des marchés ciblés.

La participation et l'implication de la compagnie AIR TAHITI NUI dans les réponses à apporter aux problématiques soulevées, en matière de dessertes aériennes comme de prix du billet d'avion notamment, sont attendues.

Des solutions devront donc être rapidement trouvées pour que l'exploitation de la compagnie ne conduise pas à contrarier, et le prix de la destination, et la vente des séjours.

Je sais que la nouvelle direction d'ATN y travaille et que les participants à cette conférence ont formulé de nombreuses et précieuses analyses et recommandations.

De mon côté j'influerai pour que nos transporteurs aériens disposent des infrastructures et aménagements aéronautiques à la hauteur de leurs attentes et de celles de leurs passagers, à des coûts satisfaisants et concurrentiels.

En conclusion, je veux vous assurer de ma plus entière attention.

La tâche qui nous incombe est grande, mais le challenge à relever est d'autant plus prégnant.

C'est pourquoi j'en appelle à vous cet après-midi, /au sens des responsabilités qui est le vôtre, /à la détermination qui vous guide, à l'envie de réussir qui vous habite.

Je sais que nous saurons saisir les opportunités pour travailler tous ensemble au développement touristique de notre Pays.

Je compte sur vous pour réunir les conditions de ce rassemblement au plus tôt.

Le développement du tourisme en Polynésie française doit maintenant trouver sa foi dans l'adhésion que l'on lui porte, et sa force dans l'action que l'on lui voue.

Je vous remercie.