



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

politique du tourisme

Question écrite n° 110081

Texte de la question

M. Éric Raoult attire l'attention de M. le ministre délégué au tourisme sur la prospection touristique des pays du Pacifique en faveur de la Polynésie française, de la Nouvelle-Calédonie et aussi de Wallis-et-Futuna. En effet, des pays anglophones comme la Nouvelle-Zélande et l'Australie ont privilégié jusqu'à maintenant comme lieux de villégiature les îles Fidji, Cook ou Tonga, où les sites sont certes paradisiaques, mais l'instabilité politique y est aussi chronique. Dès lors, nos territoires d'outre-mer du Pacifique devraient mener une action très forte de communication en Australie, Nouvelle-Zélande, voire aux États-Unis pour valoriser l'attrait des destinations françaises. Il lui demande donc quelles initiatives il compte prendre en ce sens avec son collègue chargé de l'outre-mer et les collectivités concernées.

Texte de la réponse

Améliorer la prospection des marchés émetteurs de clientèles vers nos destinations de l'outre-mer situées dans la zone Pacifique constitue l'un des objectifs du ministère délégué au tourisme. Toutefois, la politique de promotion touristique de ces destinations telles que la Polynésie française, la Nouvelle-Calédonie et Wallis-et-Futuna relève de la compétence de ces collectivités au regard de leurs statuts. Ainsi, ces territoires mènent directement certaines actions de promotion en Australie, au Canada et sur le marché japonais où la Polynésie française et la Nouvelle-Calédonie disposent de représentations sur place et mènent de façon indépendante de nombreuses actions en direction du grand public (salons, campagnes publicitaires), de la presse et des professionnels du secteur. Par ailleurs, Maison de la France compte parmi les membres de son club outre-mer les groupements d'intérêt économique (GIE) Tahiti Tourisme et Nouvelle-Calédonie Tourisme. À ce titre, ces structures ont la possibilité de participer aux diverses actions de promotion menées par Maison de la France à l'étranger, notamment sur les marchés australien, américain et canadien. Ainsi, La Nouvelle-Calédonie et la Polynésie ont participé en 2004 aux rencontres professionnelles organisées par Maison de la France à Sydney et à Melbourne. Tahiti Tourisme était également présent à cette rencontre en 2006. Depuis plusieurs années, ces territoires sont des annonceurs habituels dans le support d'information grand public « Vive la France » et dans le support professionnel « French Impressions ». Concernant le marché américain, Tahiti participe à de nombreuses opérations menées par Maison de la France telles que la convention « French Affair », et aux séminaires d'agents de voyages, notamment celui du Pacifique Sud qui s'est tenu au consulat de France de New York, et celui de la France des trois océans qui s'est déroulé en 2006 à New York, à Washington et à Miami. La Nouvelle-Calédonie est, quant à elle, présente sur plusieurs opérations de promotion mises en place sur le marché canadien et participe aux « Bourses France ». Elle figure également dans la lettre d'information électronique de Maison de la France destinée aux professionnels canadiens, sous forme de publi-rédactionnel. Enfin, ces territoires ont mené des actions promotionnelles sur le marché mexicain et en développent de nouvelles sur le marché chinois, notamment la Nouvelle-Calédonie qui est présente au salon grand public et professionnel CITM qui se tient à Shanghai.

Données clés

Auteur : [M. Éric Raoult](#)

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

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 110081

Rubrique : Tourisme et loisirs

Ministère interrogé : tourisme

Ministère attributaire : tourisme

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

Question publiée le : 14 novembre 2006, page 11774

Réponse publiée le : 26 décembre 2006, page 13760