



EXTRAIT DU REGISTRE
DES DELIBERATIONS DU CONSEIL
TERRITORIAL DE SAINT MARTIN

Préfecture de Saint-Barthélemy
et de Saint-Martin

Le: 13 NOV. 2017

N° :

Table with 5 columns: Légal, En Exercice, Présents, Procuration(s), Absent(s). Row 1: 23, 23, 19, 2, 4

L'an DEUX MILLE DIX-SEPT le 09 novembre à 09h00, le Conseil Territorial de SAINT-MARTIN, dûment convoqué, s'est réuni en session ordinaire, à l'Hôtel de la Collectivité, sous la présidence de Monsieur le Président Daniel GIBBES.

ETAIENT PRESENTS : Daniel GIBBES, Valérie DAMASEAU, Yawo NYUIADZI, Annick PETRUS, Steven PATRICK, Sofia CARTI épouse CODRINGTON, Ambroise LAKE, Yolande SYLVESTRE, Jean-Sébastien HAMLET, Claire MANUEL Vve PHILIPS, Alex PIERRE, Jean-Raymond BENJAMIN, Maud ASCENT Vve GIBS, Raj CHARBHE, Dominique RIBOUD, Pascale ALIX épouse LABORDE, Louis MUSSINGTON, Bernadette DAVIS, Alain RICHARDSON.

Le Président certifie que cette délibération a été :

1 affichée à la porte de l'Hôtel de la Collectivité :

2 reçue à la Préfecture de Saint-Martin le :

ETAIENT ABSENTS : Mireille MEUS, Marie-Dominique RAMPHORT, Marthe JANUARY épouse OGOUNDELE-TESSI, Jules CHARVILLE.

ETAIENT REPRESENTES : Mireille MEUS pouvoir à Annick PETRUS, Marie-Dominique RAMPHORT pouvoir à Claire MANUEL Vve PHILIPS.

DELIBERATION : CT 07-03-2017



SECRETAIRE DE SEANCE : Jean-Sébastien HAMLET.

OBJET : Schéma territorial d'aménagement du développement touristique et de reconstruction 2017-2027.

Objet : Schéma territorial d'aménagement du développement touristique et de reconstruction 2017-2027.

Vu la loi organique n°2007-223 du 21 février 2007 portant dispositions statutaires et institutionnelles relatives à l'outre-mer,

Vu les articles LO 6313-4, LO 6314-3-I et LO 6351-2 du Code général des collectivités territoriales,

Vu les délibérations CT 2-13-1-2007 et CT 2-13-2-2007 du 1^{er} août 2007 relatives aux compétences exercées par la Collectivité de Saint-Martin,

Vu la délibération CT 38-4-2011 en date du 7 juillet 2011, relative à la Prise en compte des changements intervenus dans la législation et la réglementation nationales en matière de tourisme depuis l'entrée en vigueur de la loi organique et Transposition dans les règles applicables dans la collectivité,

Vu le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique 2010-2015,

Vu le code du tourisme applicable à Saint-Martin,

Considérant l'avis favorable de la commission des Affaires économiques rurales et touristiques du 19 octobre 2017,

Considérant l'avis du CESC,

Considérant le rapport du Président,

Le Conseil territorial,


DECIDE :

POUR :	18
CONTRE :	0
ABSTENTIONS :	3
NE PREND PAS PART AU VOTE :	0

Article 1 : D'approuver l'adoption du schéma territorial d'aménagement et de développement touristique de reconstruction de Saint-Martin, pour la période 2017-2027, annexé à la présente délibération.

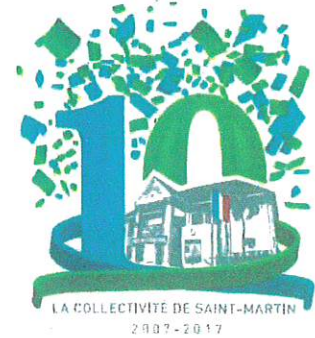
Article 2 : Le Président du Conseil territorial, le Directeur Général des Services sont chargés chacun en ce qui le concerne de l'exécution de la présente délibération qui sera publiée au journal officiel de Saint-Martin.

Faite et délibérée le 9 novembre 2017.

Le Président du Conseil territorial,

Daniel GIBBES

Le: 13 NOV. 2017

N° :



SCHEMA TERRITORIAL

D'AMENAGEMENT ET DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE RECONSTRUCTION

DE LA COLLECTIVITE DE SAINT-MARTIN

Programmation stratégique 2017 – 2027

I. PREAMBULE

II. DIAGNOSTIC TOURISTIQUE

- 2.1 Bilan de la programmation 2010-2015
- 2.2 La fréquentation touristique pré IRMA et MARIA
- 2.3 Le parc d'hébergement pré IRMA et MARIA
- 2.4 Etat des lieux post IRMA et MARIA

III. ESPRIT DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE 2017-2027

- 3.1 Une stratégie entre continuité et innovation
- 3.2 Du principe de durabilité
- 3.3 La vision politique
- 3.4 Le positionnement

IV. LA STRATEGIE TOURISTIQUE 2017-2027

- 4.1 Présentation thématique
- 4.2 Présentation du plan d'actions
- 4.3 Modalités opérationnelles
- 4.4 Modalités d'évaluation

I. PREAMBULE

Au lendemain des phénomènes cycloniques IRMA et MARIA, le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique 2017-2027 devient le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique de reconstruction 2017-2027.

Cette stratégie touristique de reconstruction qui repose sur le principe de durabilité prend en considération les enseignements du passage des phénomènes cycloniques IRMA et MARIA.

Le présent schéma d'aménagement et de développement touristique est la traduction de la vision politique de reconstruction du tourisme pour l'île de Saint-Martin en une stratégie opérationnelle sur la période 2017 - 2027.

Il s'inscrit dans un esprit tout à la fois de continuité et d'innovation par rapport au schéma d'aménagement et de développement touristique 2010-2015.

Outil de management du projet de territoire de reconstruction de la destination Saint-Martin, « The Friendly Island », il s'inscrit dans une démarche de durabilité pour la préservation des intérêts de la population et de l'environnement conformément à la définition officielle des Nations-Unies.

Le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique 2017-2027 vise la mise en place d'une zone de tourisme durable conformément à la définition de l'Association des Etats de la Caraïbe.

« A ce jour, le tourisme est le pilier de l'économie saint-martinoise. Le tourisme est à la fois le secteur le plus important en termes de ressources économiques et le plus dynamique en termes de stimulation de l'activité des autres secteurs. Le secteur du BTP est exemplaire. » *Source rapport IEDOM 2015*

« Le tourisme représente, en 2014, 26,4% d'emplois directs déclarés (hébergement et restauration) auxquels s'ajoutent les emplois indirects (commerce, BTP...) et induits (services marchands, industrie...). » *source rapport IEDOM 2015*

« Dans le secteur du tourisme, le redressement amorcé en 2013 se poursuit mais les résultats sont insuffisants et son développement reste toujours pénalisé par l'absence d'infrastructures adaptées. » *source rapport IEDOM 2015*

« Les problématiques relatives au développement économique et social de Saint-Martin découlent directement de la continuité territoriale avec la partie néerlandaise, qui engendre une situation très concurrentielle. En effet, Sint-Maarten est plus attractive pour les affaires en raison d'une réglementation moins contraignante, de coûts d'exploitation plus faibles et d'une fiscalité moins lourde. » *José PALMA ANDRES, in « Rapport sur les perspectives de développement 2025 ».*

« Le tourisme est le seul secteur pour l'instant capable de tirer l'île vers le haut pour créer de la richesse et des emplois durables et avoir des retombées économiques significatives sur le territoire. » *José PALMA ANDRES, in « Rapport sur les perspectives de développement 2025 ».*

II. DIAGNOSTIC TOURISTIQUE

2.1 BILAN DU SCHEMA 2010-2015

BILAN GENERAL

FICHE	ACTION	EN COURS	A FAIRE	REALISEE	A POURSUIVRE
1	Renforcer l'argument sécurité			X	X
2	Un environnement préservé, des offres nature et des modes de circulation douce	X			X
3	Mise en valeur du patrimoine	X			X
4	Plan de modernisation des hébergements existants			X	X
5	Faire sortir quelques établissements hôteliers sur des sites d'exception	X			X
6	Faciliter la création de villas haut de gamme et luxe	X			X
7	Réforme du classement hôtelier			X	
8	Un grand projet de réaménagement sur la façade maritime de Marigot	X			X
9	Faire de Grand Case le haut lieu de la gastronomie française	X			X
10	Renforcement des animations et événementiels		X		
11	Accompagner le développement du projet de parc autour du thème des pirates	-----	-----	-----	-----
12	Etudier la faisabilité d'un projet de télésiège sur les hauteurs	-----	-----	-----	-----
13	Etudier la faisabilité d'un golf		X		
14	Une gouvernance plus concentrée		X		
15	Une politique centrée sur la fonction développement			X	X
16	Une politique marketing innovante	X			X
17	Développement des partenariats	X			X
18	Formation et sensibilisation			X	X
19	Mise en place d'une veille touristique	X			X
20	Renforcement de la coopération régionale	X			X

BILAN PAR ACTION

Fiche action 1 : Renforcer l'argument sécurité

Au cours de ces dernières années, la Police territoriale a mis en place certaines mesures permettant de renforcer la sécurité des personnes sur le territoire.

Parmi celles qui concernent directement la sécurité des touristes peuvent être citées :

- la mise en place de la vidéo protection
- La mise en place de patrouilles ciblées notamment sur des sites touristiques (certaines jusqu'à 24h)

La Collectivité a installé des lampadaires le long de la route qui longe le front de mer de Marigot afin d'en favoriser la sécurité et installé sur le territoire un dispositif de caméras de surveillance.

Fiche action 2 : Un environnement préservé, des offres nature et des modes de circulation douce

Intégration par la direction du tourisme de la dimension « préservation de l'environnement » dans les grilles de classement des hébergements avec comme critères obligatoires :

- sensibilisation à la gestion économe des déchets,
- sensibilisation à la gestion économe de l'eau,
- sensibilisation à la gestion économe de l'énergie,
- Mise en œuvre d'au moins une mesure de réduction de consommation d'eau.

Prise en compte des facteurs allant dans le sens de la préservation de l'environnement dans l'analyse des dossiers d'investissements et dans les conseils donnés aux investisseurs en phase préparatoire.

Actions de la direction de l'environnement

- Mesures visant l'amélioration de la gestion des déchets
- Mesures visant l'utilisation d'énergie propre
- Actions visant l'éducation de la population à l'environnement
- Actions visant l'amélioration du cadre de vie

Fiche action 3 : Mise en valeur du patrimoine

Création d'une direction en charge de la protection et de la mise en valeur du patrimoine.

Fiche action 4 : Plan de modernisation des hébergements existants

Hôtels et Résidences

Le nouveau dispositif de classement des hôtels et des résidences a stimulé les travaux de rénovation-modernisation de la majorité des établissements ayant intégré la démarche, travaux favorisés par la LODEOM et le FEDER.

Guest Houses

Adoption d'un référentiel de classement des Guest Houses en 2013.

En février 2014, 12 Guest Houses ont reçu leur classement officiel.

Parallèlement, afin d'encourager et de faciliter la rénovation de ces hébergements de petites tailles, un dispositif d'aide sous forme de subvention a été voté en 2015.

Grâce aux fonds FEDER et à la subvention spécifique de la Collectivité, la moitié de ces établissements classés ont effectué des travaux d'amélioration de leur établissement.

Fiche action 5 : Faire sortir quelques établissements hôteliers sur des sites d'exception

Fiche action 6 : Faciliter la création de villas haut de gamme et luxe

Le vote par le Conseil Territorial de mesures fiscales favorables aux investissements s'inscrit dans cette dynamique d'attirer des capitaux extérieurs ainsi que la réalisation de la brochure « Doing business in Saint-Martin » visant à présenter de façon synthétique et opérationnelle la nouvelle fiscalité de la Collectivité.

Fiche action 7 : Réforme du classement hôtelier

La réforme du classement des hébergements touristiques constitue une adaptation des normes au contexte de Saint-Martin tout en tenant compte des évolutions normatives métropolitaines ainsi que des contraintes posées par la complexité du code du fait de sa nature compilée.

Ainsi, la direction du tourisme a analysé dans un premier temps la Loi Novelli de 2009 modifiant la réglementation métropolitaine relative au classement des hébergements touristiques en introduisant la 5ème étoile qui n'existait pas en France, cela s'arrêtait au 4^e luxe, et en mettant plus l'accent sur la dimension service.

Cette analyse s'est faite en procédant à un audit de tous les établissements de Saint-Martin sur la base de celle-ci. Il en a résulté le constat suivant : la dimension service mise en exergue par le nombre de points facultatifs obtenu par les établissements était largement supérieure à la moyenne pour tous. La conclusion de ce constat était évidente : il fallait renforcer l'aspect service dans les critères obligatoires et en ajouter dans les critères facultatifs.

Dans un deuxième temps, la direction du tourisme a procédé à une comparaison entre cette nouvelle réglementation métropolitaine et les dispositifs américains « AAA Diamond Rating » et « Mobil Travel Guide Hotel rating » afin d'identifier de nouveaux critères « services » n'existant pas dans la législation métropolitaine, exercice d'autant plus utile que la clientèle américaine est très présente sur le territoire de Saint-Martin.

Dès lors, un travail minutieux a été entrepris pour réaliser ce dispositif qui est le fruit d'une combinaison subtile entre les dispositifs facultatifs américains et obligatoire métropolitain dont l'architecture thématique a été conservée (Équipement, Services au client, Accessibilité et développement durable).

L'analyse s'est faite item par item en concertation permanente avec les hôteliers.

Un accent particulier a été mis sur le respect de l'environnement et la sécurité offerte dans les établissements, items auxquels les points associés sont obligatoires et non facultatifs.

Le Conseil territorial de Saint-Martin du 7 juillet 2011 a adopté à l'unanimité la nouvelle réglementation applicable au classement des hébergements touristiques sur le territoire de Saint-Martin.

Cette réforme qui était nécessaire pour prendre en compte les attentes de la clientèle et les spécificités des produits de la destination concerne le classement des hôtels d'une part et celui des résidences de tourisme d'autre part.

Il est intéressant de noter que celle-ci a eu pour effet de créer une dynamique forte de rénovation du parc d'hébergement qui a abouti pour certains établissements à une montée en gamme.

Le classement étant une démarche volontaire, les hôteliers devaient manifester leur souhait d'intégrer la démarche. Ceci explique que tous les hébergements n'aient pas été classés.

Entré en vigueur en 2011, tous les établissements classés ont été audités en début de cette même année, garantie de la corrélation entre la réalité du produit et le nombre d'étoiles.

Fiche action 8 : Un grand projet de réaménagement sur la façade maritime de Marigot

Ce grand projet vise à positionner Saint-Martin comme destination incontournable de la grande plaisance et de la moyenne croisière dans l'un des plus importants bassins de navigation : îles Vierges/Porto Rico/ Miami/ Bahamas/ Turks et Caïcos.

Une réflexion a été engagée pour coordonner la réhabilitation du centre-ville de Marigot et le projet d'aménagement du front de mer.

Fiche action 9 : Faire de Grand Case le haut lieu de la gastronomie française

Travaux d'infrastructure réalisés par la Collectivité.

Introduction des dispositions relatives au titre de maître restaurateur dans le droit applicable à Saint-Martin lors du Conseil territorial du 21 décembre 2012.

A ce jour, deux restaurants ont un chef ayant obtenu le titre : le Sunset Café (Hôtel Grand Case Beach Club) et l'Anse Marcel Beach (Anse Marcel).

Fiche action 10 : Renforcement des animations et événementiels

A faire.

Fiche action 11 : Accompagner le développement du projet de parc autour du thème des pirates

Projet abandonné suite à l'étude de faisabilité.

Fiche action 12 : Etudier la faisabilité d'un projet de télésiège sur les hauteurs

Projet abandonné suite à l'étude de faisabilité.

Fiche action 13 : Etudier la faisabilité d'un golf

A faire.

Fiche action 14 : Une gouvernance plus concentrée

La première étape de cette fiche action s'est traduite une collaboration plus étroite entre la direction du tourisme et l'office du tourisme en vue de réaliser l'adéquation entre la stratégie du schéma d'aménagement et de développement touristique de la Collectivité et la politique marketing et promotionnelle.

La seconde étape de cette fiche action est inscrite dans le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique 2017-2027 et consiste en une réorganisation de la gouvernance du tourisme.

Fiche action 15 : Une politique centrée sur la fonction développement

La fonction développement est entendue comme une méthode de travail de la direction du tourisme qui se traduit par une démarche de conseil et d'accompagnement des porteurs de projets. L'objectif est de s'assurer que les

projets envisagés soient en adéquation avec la stratégie touristique et dans l'affirmative de faciliter les démarches des porteurs.

Fiche action 16 : Une politique marketing innovante

Une nouvelle campagne intitulée « Smile at Life » a été lancée.
Une réflexion sur la modernisation des outils de promotion et de communication a été initiée.

Fiche action 17 : Développement des partenariats

Cette fiche action s'est traduite majoritairement en une méthode de travail partenariale avec les acteurs du tourisme selon les dossiers concernés.

Un partenariat a été formalisé avec l'Education Nationale concernant l'enseignement du tourisme dans les écoles (voir fiche action 18).

Fiche action 18 : Formation et sensibilisation

Conscients des impacts et des retombées économiques du tourisme pour Saint-Martin, la Collectivité d'Outre-Mer de Saint Martin, le Service de l'Education nationale de Saint-Martin, l'Office du tourisme de Saint-Martin ont convenu d'un commun accord de mutualiser leurs compétences.

En effet, l'économie de l'île de Saint-Martin reposant essentiellement sur le tourisme, les institutions susnommées mettent en commun leurs compétences afin de cibler les enjeux éducatifs, fondements essentiels d'une éducation touristique à long terme ; donc d'une pérennisation de l'économie de saint-martinoise.

Aussi, l'accord-cadre conclu suite à la délibération CE 33-9-2016 a eu pour objectifs de définir les modalités de partenariat entre les trois instances en vue de :

- Mettre en place le module d'initiation au tourisme au niveau des classes de collège 4^{ème}, 3^{ème} du collège et des classes de 2^{nde} du lycée sous la responsabilité des corps d'inspection,
- Renforcer l'offre de la carte des formations : initiale, apprentissage, formation tout au long de la vie.
- Préparer conjointement un élève de classe de troisième de collège ou de classes de secondes et des premières de Lycée Général et Technologique ou de Sections d'Enseignement Professionnel au titre de Ministre Junior de la Caraïbe,
- Proposer une option intitulée : « Pratique du tourisme » aux élèves de baccalauréats après agréments académiques et agréments de l'Inspection Générale de l'Education Nationale
- Organiser des manifestations dans le cadre des événements à caractères touristiques tels que :
 - o La journée mondiale du tourisme
 - o La journée caribéenne du tourisme
 - o Le mois du tourisme caribéen

En 2016, une formation destinée aux enseignants (25 inscrits) a été organisée avec succès.

En juin 2016, la Collectivité, tenant compte des bilans positifs de ces trois dernières années, s'est positionnée en faveur d'une reconduction de la convention de partenariat.

De manière globale et consensuelle, il s'agit de renforcer la connaissance du territoire et d'assurer l'ouverture sur le monde en tenant compte d'une part des spécificités économiques et linguistiques de Saint-Martin, et d'autre part des compétences propres à chacune des parties.

Fiche action 19 : Mise en place d'une veille touristique

La veille touristique s'intéresse à :

- l'évolution générale des comportements des touristes,
- l'évolution générale du tourisme dans le monde,
- l'évolution du tourisme dans la Caraïbe,
- le suivi de la concurrence régionale,
- la collecte des données chiffrées disponibles.

La direction du tourisme a organisé plusieurs enquêtes à la Gare maritime de Marigot, une enquête auprès des croisiéristes en excursion à Marigot, auprès des commerçants du territoire et participé à l'organisation d'enquêtes de satisfaction à l'aéroport de Grand-Case Espérance.

Fiche action 20 : Renforcement de la coopération régionale

En 2011, la coopération régionale avec l'organisation du tourisme de la Caraïbe (CTO) a été transférée à l'office du tourisme.

Depuis 2016, la direction du tourisme participe aux travaux de la direction du tourisme durable de l'Association des Etats de la Caraïbe suite à l'adhésion officielle de la Collectivité de Saint-Martin à cette association régionale.

BILAN DE LA REGLEMENTATION JURIDIQUE EN VIGUEUR

Loi organique : 21 février 2007
Création de la direction du tourisme : 1^{er} novembre 2008
ières Assises territoriales du tourisme : 21 octobre 2009

Sujet	Délibération
Schéma territorial d'aménagement et de développement touristique 2010-2015	CT 29-11-2010 du 24 juin 2010
Prise en compte des changements intervenus dans la législation et la réglementation nationales en matière de tourisme depuis l'entrée en vigueur de la loi organique et transposition dans les règles applicables à la Collectivité	CT 38-4-2011 du 07 juillet 2011
Nouvelles dispositions applicables aux hôtels, cafés et débits de boissons	CT 38-4a-2011 du 07 juillet 2011
Nouvelles dispositions applicables aux résidences de tourisme	CT 38-4b-2011 du 07 juillet 2011
Nouvelles dispositions communes	CT 38-4c-2011 du 07 juillet 2011
Règles applicables à l'exploitation des véhicules de tourisme	CT 39-3-2011 du 27 octobre 2011
Dispositions relatives au titre de Maître Restaurateur	CT 8-4-2012 du 21 décembre 2012
Mise en place d'un référentiel de classement des Guest House	CT 13-3-2014 du 11 juillet 2014
Attribution d'aides aux Guest Houses pour la rénovation des chambres classées	CE 116-5-2015 du 1 ^{er} octobre 2015

2.2 LA FREQUENTATION TOURISTIQUE PRE IRMA ET MARIA

ANNEE 2008

AERIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport Grand Case Espérance)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	ARRIVEES GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	48 688	6 429
FEVRIER	49 498	7 106
MARS	55 525	8 034
AVRIL	43 992	6 176
MAI	37 878	8 942
JUIN	33 707	6 898
JUILLET	43 162	11 152
AOUT	41 291	10 779
SEPTEMBRE	19 273	3 737
OCTOBRE	24 409	8 180
NOVEMBRE	35 596	7 017
DECEMBRE	42 321	8 757
TOTAL	475 410	93 207

CROISIERE (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	174 778	2 157
FEVRIER	162 491	1 301
MARS	180 709	1 657
AVRIL	137 299	863
MAI	57 983	0
JUIN	59 273	0
JUILLET	64 478	0
AOUT	59 474	0
SEPTEMBRE	52 341	0
OCTOBRE	75 352	0
NOVEMBRE	131 480	703
DECEMBRE	199 154	2 465
TOTAL	1 345 812	9 146

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	1 403	13 837
FEVRIER	2 142	13 993
MARS	1 672	13 995
AVRIL	1 090	12 873
MAI	1 381	13 852
JUIN	1 319	11 825
JUILLET	1 314	14 335
AOUT	1 436	16 012
SEPTEMBRE	719	8 394
OCTOBRE	1 497	8 714
NOVEMBRE	1 423	11 367
DECEMBRE	1 258	12 626
TOTAL	16 654	151 803

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (source : AHSM)

JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
72.83%	81.82%	78.86%	63.01%	50.75%	36.63%	48.20%	52.08%	25.51%	28.80%	48.02%	56.07%

Taux annuel : 53,55

ANNEE 2009

AERIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport Grand Case Espérance)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	ARRIVEES GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	44 647	6 043
FEVRIER	42 521	6 256
MARS	41 878	5 764
AVRIL	41 601	8 305
MAI	33 566	8 434
JUIN	31 464	6 760
JUILLET	39 546	11 455
AOUT	37 549	11 518
SEPTEMBRE	19 183	5 460
OCTOBRE	27 045	7 609
NOVEMBRE	36 005	7 169
DECEMBRE	45 180	10 129
TOTAL	440 185	94 902

CROISIERE (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	195 440	2 295
FEVRIER	170 828	3 220
MARS	174 755	3 470
AVRIL	146 280	256
MAI	50 266	0
JUIN	43 494	0
JUILLET	45 414	0
AOUT	39 447	0
SEPTEMBRE	37 892	0
OCTOBRE	52 841	99
NOVEMBRE	90 288	1 164
DECEMBRE	168 201	2 879
TOTAL	1 215 146	13 383

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	2 138	11 289
FEVRIER	2 132	10 738
MARS	2 154	11 500
AVRIL	1 468	11 677
MAI	1 608	10 332
JUIN	2 020	9 968
JUILLET	1 372	11 470
AOUT	1 214	13 253
SEPTEMBRE	1 015	7 092
OCTOBRE	1 363	8 230
NOVEMBRE	1 534	8 930
DECEMBRE	1 599	11 828
TOTAL	19 617	126 307

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (source : AHSM)

JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
62,06%	72,82%	62,08%	48,59%	40,10%	36,08%	45,69%	51,72%	24,89%	33,12%	44,06%	57,73%

Taux annuel : 48,25%

ANNEE 2010

AERIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport Grand Case Espérance)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	ARRIVEES GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	46 546	6 719
FEVRIER	45 070	6 819
MARS	46 423	7 858
AVRIL	40 723	8 011
MAI	34 545	8 288
JUIN	30 369	7 026
JUILLET	41 242	11 404
AOUT	33 358	12 832
SEPTEMBRE	18 249	5 810
OCTOBRE	28 329	7 996
NOVEMBRE	35 363	7 367
DECEMBRE	42 919	10 481
TOTAL	443 136	100 611

CROISIERE (sources : Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	180 534	2 695
FEVRIER	170 036	3 123
MARS	192 195	2 989
AVRIL	143 734	1 118
MAI	79 074	0
JUIN	84 889	0
JUILLET	91 835	0
AOUT	82 024	0
SEPTEMBRE	57 974	0
OCTOBRE	77 992	365
NOVEMBRE	151 672	1 043
DECEMBRE	200 659	1 665
TOTAL	1 512 618	12 998

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	1 562	10 097
FEVRIER	1 574	9 404
MARS	947	10 773
AVRIL	580	9 807
MAI	938	10 381
JUIN	964	8 730
JUILLET	770	11 545
AOUT	1 296	11 524
SEPTEMBRE	723	6 670
OCTOBRE	1 318	8 223
NOVEMBRE	752	8 425
DECEMBRE	966	10 858
TOTAL	12 390	116 437

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (source : AHSM)

JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
72,28%	61,94%	63,66%	53,17%	43,89%	31,95%	47,79%	55,01%	21,78%	30,38%	42,94%	55,27%

Taux annuel : 48,34%

ANNEE 2011

AERIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport Grand Case Espérance)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	ARRIVEES GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	46 929	6 582
FEVRIER	42 892	6 534
MARS	44 204	8 637
AVRIL	38 232	9 889
MAI	29 367	8 234
JUIN	28 556	8 567
JUILLET	37 424	11 373
AOUT	30 724	12 446
SEPTEMBRE	17 827	6 234
OCTOBRE	25 894	8 273
NOVEMBRE	35 045	7 410
DECEMBRE	47 246	10 174
TOTAL	424 340	104 353

CROISIERE (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	217 437	2 547
FEVRIER	207 486	3 485
MARS	234 365	5 926
AVRIL	156 647	740
MAI	81 347	0
JUIN	73 477	0
JUILLET	76 375	0
AOUT	60 443	0
SEPTEMBRE	57 210	0
OCTOBRE	68 891	0
NOVEMBRE	18 3152	954
DECEMBRE	239 329	1 174
TOTAL	1 656 159	14 826

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	1 389	10 013
FEVRIER	914	9 837
MARS	1 065	10 450
AVRIL	1 475	10 513
MAI	1 077	10 083
JUIN	899	9 037
JUILLET	538	12 403
AOUT	1 018	10 481
SEPTEMBRE	675	6 148
OCTOBRE	967	7 761
NOVEMBRE	1 378	8 189
DECEMBRE	2 727	11 199
TOTAL	14 122	116 114

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (Source : AHSM)

JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
63,67%	67,64%	67,66%	50,67%	49,06%	42,83%	45,17%	46,36%	28,56%	27,86%	50,01%	63,60%

Taux annuel : 50,26%

ANNEE 2012

AERIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport Grand Case Espérance)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	ARRIVEES GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	47 899	6 771
FEVRIER	48 523	8 115
MARS	50 189	7 905
AVRIL	41 815	9 414
MAI	33 893	7 614
JUIN	32 505	7 042
JUILLET	38 643	10 963
AOUT	33 766	12 372
SEPTEMBRE	20 057	5 565
OCTOBRE	25 247	7 290
NOVEMBRE	36 405	7 623
DECEMBRE	47 778	8 976
TOTAL	456 720	99 650

CROISIERE (sources : Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	250 610	532
FEVRIER	247 064	704
MARS	235 854	1 191
AVRIL	184 276	298
MAI	76 476	0
JUIN	77 211	0
JUILLET	74 707	0
AOUT	82 290	0
SEPTEMBRE	59 864	0
OCTOBRE	77 691	0
NOVEMBRE	160 269	862
DECEMBRE	226 903	1 206
TOTAL	1 753 215	4 793

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	2 487	10 514
FEVRIER	2 807	9 989
MARS	3 273	10 774
AVRIL	2 489	10 278
MAI	1 739	9 702
JUIN	1 420	9 508
JUILLET	1 487	10 861
AOUT	1 676	11 483
SEPTEMBRE	1 047	7 725
OCTOBRE	1 288	7 130
NOVEMBRE	1 435	7 790
DECEMBRE	1 614	10 858
TOTAL	22 662	116 612

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (source : AHSM)

JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
68,17%	72,64%	69,32%	58,01%	40,50%	34,92%	39,87%	43,44%	23,68%	29,58%	44,54%	55,73%

Taux annuel : 48,37%

ANNEE 2013

ARRIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport Grand Case Espérance)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	ARRIVEES GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	47 812	6 607
FEVRIER	47 652	7 634
MARS	54 369	8 459
AVRIL	40 882	7 913
MAI	33 896	9 052
JUIN	33 525	7 077
JUILLET	37 056	11 233
AOUT	36 678	13 025
SEPTEMBRE	19 591	5 498
OCTOBRE	26 625	7 195
NOVEMBRE	38 400	7 210
DECEMBRE	50 569	8 307
TOTAL	466 955	99 210

CROISIERE (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	258 431	1 296
FEVRIER	206 031	830
MARS	218 995	1 053
AVRIL	171 109	558
MAI	84 588	0
JUIN	79 904	0
JUILLET	95 684	0
AOUT	80 226	0
SEPTEMBRE	59 641	0
OCTOBRE	77 036	0
NOVEMBRE	202 654	609
DECEMBRE	251 371	810
TOTAL	1 785 670	5 156

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	1 488	10 011
FEVRIER	1 545	9 287
MARS	1 751	11 105
AVRIL	1 274	10 611
MAI	1 344	9 497
JUIN	904	9 813
JUILLET	930	10 763
AOUT	1 024	14 249
SEPTEMBRE	606	7 131
OCTOBRE	840	7 121
NOVEMBRE	1 168	8 321
DECEMBRE	1 580	10 858
TOTAL	14 454	118 767

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (source : AHSM)

JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
66,06%	77,16%	73,10%	59,36%	46,47%	34,55%	39,76%	47,45%	29,79%	32,71%	46,67%	63,66%

Taux annuel : 51,40%

ANNEE 2014

AERIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport Grand Case Espérance)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	ARRIVEES GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	52 002	6 278
FEVRIER	50 224	6 105
MARS	55 806	7 412
AVRIL	48 118	9 703
MAI	39 470	7 729
JUIN	33 551	6 750
JUILLET	39 167	10 648
AOUT	38 650	12 769
SEPTEMBRE	20 354	5 702
OCTOBRE	29 243	7 728
NOVEMBRE	40 607	6 598
DECEMBRE	52 729	8 605
TOTAL	499 921	96 027

CROISIERE (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	284 405	213
FEVRIER	218 037	442
MARS	233 603	598
AVRIL	188 108	0
MAI	115 385	0
JUIN	102 517	0
JUILLET	119 121	0
AOUT	104 460	0
SEPTEMBRE	93 507	0
OCTOBRE	84 339	347
NOVEMBRE	179 638	0
DECEMBRE	278 786	402
TOTAL	2 001 996	2 002

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	1 361	11 099
FEVRIER	1 354	9 724
MARS	1 718	12 207
AVRIL	1 251	12 127
MAI	1 230	11 170
JUIN	957	10 111
JUILLET	929	11 702
AOUT	1 060	15 815
SEPTEMBRE	464	7 350
OCTOBRE	1 001	7 579
NOVEMBRE	1 118	9 166
DECEMBRE	1 523	13 393
TOTAL	13 966	131 443

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (source : AHSM)

JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
70,15%	76,86%	69,57%	62,48%	49,22%	33,69%	39,80%	40,50%	20,48%	34,58%	60,84%	74,92%

Taux annuel : 52,76%

ANNEE 2015

AERIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport Grand Case Espérance)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	ARRIVEES GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	48 379	6 105
FEVRIER	50 456	7 052
MARS	54 308	7 192
AVRIL	49 185	8 494
MAI	39 088	8 431
JUIN	36 029	7 222
JUILLET	40 685	11 319
AOUT	39 464	12 697
SEPTEMBRE	24 323	5 455
OCTOBRE	33 727	8 515
NOVEMBRE	41 015	7 262
DECEMBRE	48 592	8 810
TOTAL	505 251	98 554

CROISIERE (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	287 313	206
FEVRIER	249 511	0
MARS	254 713	1 241
AVRIL	181 830	0
MAI	91 911	0
JUIN	86 571	0
JUILLET	97 850	0
AOUT	68 516	0
SEPTEMBRE	80 464	0
OCTOBRE	91 783	0
NOVEMBRE	184 338	704
DECEMBRE	226 817	2376
TOTAL	1 901 617	4 527

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	1 879	12 252
FEVRIER	1 709	10 219
MARS	1 541	11 847
AVRIL	1 387	12 837
MAI	1 501	11 014
JUIN	1 116	9 535
JUILLET	1 336	13 161
AOUT	1 209	13 665
SEPTEMBRE	701	8 187
OCTOBRE	1 136	8 767
NOVEMBRE	1 464	8 935
DECEMBRE	1 397	11 279
TOTAL	16 376	131 698

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (source : AHSM)

JANY	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
77,04%	80,76%	72,37%	63,76%	49,84%	44,25%	45,82%	48,45%	27,94%	38,96%	54,09%	68,56%

Taux annuel : 56,78

ANNEE 2016

AERIEN (sources: Department of Statistics of Sint-Maarten, Aéroport de Grand Case)

MOIS	ARRIVEES PRINCESS JULIANA	TOTAL DES PASSAGERS - GRAND CASE ESPERANCE
JANVIER	58 916	6 415
FEVRIER	54 022	7 126
MARS	58 058	8 990
AVRIL	50 676	8 465
MAI	36209	9 401
JUIN	36435	7 773
JUILLET	45895	12 879
AOUT	37496	13 321
SEPTEMBRE	nc	6 631
OCTOBRE	nc	9 642
NOVEMBRE	nc	7 621
DECEMBRE	nc	10 237
TOTAL	nc	108 501

CROISIERE (sources : Department of Statistics of Sint-Maarten, Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS PORT DE POINTE BLANCHE	PASSAGERS PORT DE GALISBAY
JANVIER	240 108	558
FEVRIER	223 221	852
MARS	207 959	494
AVRIL	125 669	81
MAI	81 747	0
JUIN	76 985	0
JUILLET	nc	0
AOUT	nc	0
SEPTEMBRE	nc	0
OCTOBRE	nc	454
NOVEMBRE	nc	0
DECEMBRE	nc	1 154
TOTAL	nc	3 593

GARE MARITIME (source : Etablissement portuaire de Galisbay)

MOIS	PASSAGERS A DESTINATION DE SAINT-BARTH	PASSAGERS A DESTINATION D'ANGUILLA
JANVIER	2 053	11 912
FEVRIER	1 899	10 517
MARS	1 789	11 724
AVRIL	1 391	11 571
MAI	1 323	10 692
JUIN	1 103	9 687
JUILLET	1 284	14 156
AOUT	1 368	11 693
SEPTEMBRE	827	8 028
OCTOBRE	1 126	9 132
NOVEMBRE	1 200	8 745
DECEMBRE	1 776	11 984
TOTAL	17 139	129 841

TAUX D'OCCUPATION DES HOTELS (source : AHSM)

JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
82,86%	86,71%	80,77%	65,27%	52,12%	45,53%	49,90%	49,64%	31,91%	46,28%	56,18%	68,21%

Taux Annuel : 59,61%

Arrivées par marché à l'aéroport international Princess Juliana

(source : Department of Statistics of Sint-Maarten)

2008	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	2 504	2 356	3 108	2 895	2 631	1 989	2 798	3 451	2 341	2 119	2 200	2 760
Europe	9 865	10 177	10 511	9 233	6 788	5 898	9 160	11 191	5 404	6 309	8 336	9 841
Amérique du Nord	31 074	33 130	37 492	28 052	24 726	22 311	25 154	21 346	8 837	12 876	21 949	25 020
Amérique du sud	1 938	1 031	1 238	801	865	837	1 806	1 239	652	569	599	1 319
Reste du monde	3 307	2 804	3 246	3 011	2 868	2 672	4 244	4 064	2 039	2 536	2 512	3 381
TOTAL	48 688	49 498	55 595	43 992	37 878	33 707	43 162	41 291	19 273	24 409	35 596	42 321

2009	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	2 024	1 708	1 892	2 258	1 886	1 561	2 428	2 814	1 979	2 080	2 090	2 546
Europe	9 637	9 513	9 507	9 470	6 169	5 292	8 028	10 246	4 893	6 474	9 146	9 966
Amérique du Nord	29 244	28 366	27 442	26 014	22 066	21 691	24 404	19 648	9 683	15 176	21 596	27 378
Amérique du sud	1 094	874	717	1 097	919	851	1 079	979	639	739	756	1 941
Reste du monde	2 648	2 060	2 320	2 762	2 526	2 069	3 607	3 862	1 989	2 576	2 417	3 349
TOTAL	44 647	42 521	41 878	41 601	33 566	31 464	39 546	37 549	19 183	27 045	36 005	45 180

2010	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	1 923	1 577	1 984	2 244	1 922	1 788	2 213	2 361	1 743	1 696	2 039	2 290
Europe	10 433	10 895	9 924	9 309	6 674	5 294	9 116	9 795	4 048	7 317	8 543	9 770
Amérique du Nord	29 824	29 439	31 042	25 548	22 516	19 639	24 107	16 556	9 143	15 679	20 913	25 471
Amérique du sud	1 787	1 323	948	932	768	1 000	1 517	967	817	1 063	1 257	1 835
Reste du monde	2 579	1 836	2 525	2 690	2 665	2 648	4 289	3 679	2 498	2 574	2 611	3 553
TOTAL	46 546	45 070	46 423	40 723	34 545	30 369	41 242	33 358	18 249	28 329	35 363	42 919

2011	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	1 900	1 602	1 928	2 496	1 637	1 881	2 168	2 187	1 702	1 781	1 755	2 277
Europe	11 028	10 597	10 003	8 667	6 096	5 278	8 736	9 586	4 615	6 860	8 962	11 284
Amérique du Nord	29 039	27 103	27 820	22 928	18 245	18 178	21 949	14 543	8 760	14 153	20 911	28 831
Amérique du sud	2 165	1 582	1 785	1 512	1 091	1 006	1 265	1 078	840	852	1 133	1 651
Reste du monde	2 797	2 008	2 668	2 629	2 298	2 213	3 306	3 330	1 910	2 248	2 284	3 203
TOTAL	46 929	42 892	44 204	38 232	29 367	28 556	37 424	30 724	17 827	25 894	35 045	47 246

2012	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	1 996	1 722	2 093	2 246	1 584	1 646	2 067	2 446	1 766	1 814	2 300	2 556
Europe	11 866	11 499	10 681	9 285	6 531	5 308	9 197	10 346	4 772	6 635	8 409	10 667
Amérique du Nord	30 070	31 818	33 579	26 123	22 105	21 832	21 884	16 180	10 430	13 185	22 126	29 632
Amérique du sud	1 499	1 455	1 397	1 443	1 050	1 228	1 568	1 100	951	1 007	1 143	1 792
Reste du monde	2 468	2 029	2 439	2 718	2 623	2 491	3 927	3 694	2 138	2 606	2 427	3 131
TOTAL	47 899	48 523	50 189	41 815	33 893	32 505	38 643	33 766	20 057	25 247	36 405	47 778

2013	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	1 938	2 207	2 422	1 969	1 754	2 000	1 913	2 874	1 782	1 768	2 132	2 208
Europe	11 029	10 844	10 967	9 189	6 271	5 364	8 607	9 900	4 745	7 308	9 312	10 107
Amérique du Nord	30 372	31 177	36 970	26 147	22 389	22 544	21 759	18 945	10 564	14 605	23 785	33 231
Amérique du sud	1 547	1 515	1 730	1 130	1 308	1 278	1 298	1 689	766	741	1 021	1 797
Reste du monde	2 926	1 809	2 280	2 447	2 174	2 339	3 479	3 270	1 734	2 203	2 150	3 226
TOTAL	47 812	47 532	54 369	40 882	33 896	33 525	37 056	36 678	19 591	26 625	38 400	50 569

2014	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	2 046	2 050	2 235	2 839	1 736	1 697	2 323	3 250	1 758	1 831	2 074	2 551
Europe	11 797	10 182	11 040	10 009	6 636	6 109	8 257	10 449	5 028	6 982	9 859	10 500
Amérique du Nord	33 733	34 856	38 937	31 058	27 189	22 395	23 559	20 116	10 645	16 783	24 824	33 662
Amérique du sud	1 866	1 216	1 065	1 573	1 419	1 096	1 527	1 198	1 060	1 110	1 171	2 404
Reste du monde	2 560	1 920	2 529	2 639	2 490	2 254	3 501	3 637	1 863	2 537	2 679	3 612
TOTAL	52 002	50 224	55 806	48 118	39 470	33 551	39 167	38 650	20 354	29 243	40 607	52 729

2015	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	1 968	1 968	2 310	2 767	1 985	2 058	2 246	2 974	2 220	2 223	2 276	2 401
Europe	11 266	11 671	11 431	10 920	7 400	6 230	9 240	11 463	5 876	8 764	9 955	10 581
Amérique du Nord	30 684	33 205	36 329	30 857	25 600	23 742	23 809	19 620	12 525	18 514	24 827	30 316
Amérique du sud	1 781	1 537	1 516	1 547	1 289	1 273	1 507	1 371	1 121	1 188	1 269	1 908
Reste du monde	2 680	2 075	2 722	3 094	2 814	2 726	3 883	4 036	2 581	3 038	2 688	3 386
TOTAL	48 379	50 456	54 308	49 185	39 088	36 029	40 685	39 464	24 323	33 727	41 015	48 592

2016	JANV	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Caraïbes	1 510	1 237	1 609	1 656	1 570	1 402	2 071	2 795	nc	nc	nc	nc
Europe	15 472	13 502	14 599	12 967	8 858	8 146	12 302	12 137	nc	nc	nc	nc
Amérique du Nord	38 688	36 140	38 612	33 224	23 357	24 577	28 141	19 887	nc	nc	nc	nc
Amérique du sud	1 427	1 212	1 147	1 130	1 150	1 047	1 400	1 081	nc	nc	nc	nc
Reste du monde	1 819	1 931	2 091	1 699	1 274	1 263	1 981	1 596	nc	nc	nc	nc
TOTAL	58 916	54 022	58 058	50 676	36 209	36 435	45 895	37 496	nc	nc	nc	nc

Evolution de la fréquentation sur la période 2008-2016

Arrivées/Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Princess Juliana	475 410	440 185	443 136	424 340	456 720	466 955	499 921	505 251	nc
Grand Case Espérance	93 207	94 902	100 611	104 353	99 650	99 210	96 027	98 554	108 501
Pointe Blanche	1 345 812	1 215 146	1 512 618	1 656 159	1 753 215	1 785 670	2 001 996	1 901 617	nc
Galisbay	9 146	13 383	12 998	14 826	4 793	5 156	2 002	4 527	3 593

Sources : Aéroport de Grand Case, Etablissement portuaire de Galisbay, Department of Statistics of Sint-Maarten

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Taux d'occupation	53,55%	48,25%	48,34%	50,26%	48,37%	51,40%	52,76%	56,78%	59,61%

Source : AHSM

Analyse comparative des enquêtes réalisées à la gare maritime (2011-2012-2013)

Source : direction du tourisme

	Novembre 2011	Juillet 2012	Novembre 2012	Avril 2013	Décembre 2013
Nombre de voyageurs sur la période	1809	4798	1809	1075	1283
Nombre de réponses	538	311	479	184	216
Taux de réponse	29,74%	6,5%	26,5%	17,1%	16,84%

Origine des voyageurs

	Novembre 2011	Juillet 2012	Novembre 2012	Avril 2013	Décembre 2013
Résidents (Anguilla, Saint-Martin, Sint-Maarten)	49,4%	25,4%	43,6%	37,5%	31,95%
Touristes	50,6%	74,6%	56,4%	62,5%	68,05%

	Novembre 2011	Juillet 2012	Novembre 2012	Avril 2013	Décembre 2013
Résidents de Saint-Martin/Sint-Maarten	22%	16,7%	31,6%	4,9%	12,5%
Résidents d'Anguilla	27,5%	8,7%	12,1%	32,6%	19,44%
Touristes américains	23,2%	55,9%	35,8%	41,8%	37,5%
Touristes canadiens	8,2%	2,9%	2,3%	4,3%	5,1%
Touristes européens	8,2%	8,4%	9,2%	10,9%	15,27%
Touristes sud-américains	3,7%	2,3%	2%	1,1%	5,1%
Touristes caribéens	4,6%	3,9%	5%	3,8%	4,16%
Autres	2,6%	1,2%	2%	0,6%	0,93%

But principal de la visite à Anguilla

	Novembre 2011	Juillet 2012	Novembre 2012	Avril 2013	Décembre 2013
Résidents Saint-Martin / Sint-Maarten	Loisirs (53,5%)	Affaires (43,6%)	Loisirs (46,2%)	Loisirs (44,4%) Affaires (44,4%)	Business (61,5%)
Touristes américains	Loisirs (80%)	Loisirs (66,9%)	Loisirs (68,5%)	Loisirs (35,06%)	Loisirs (54,32%)
Touristes canadiens	Loisirs (72,7%)	Loisirs (77,8%)	Loisirs (81,8%)	Day trip (75%)	Loisirs (45,45%)
Touristes européens	Loisirs (79,5%)	Loisirs (61,5%)	Loisirs (72,1%)	Day trip (70%)	Loisirs (66,67%)
Touristes sud-américains	Loisirs (75%)	Loisirs (85,7%)	Loisirs (66,7%)	Loisirs (100%)	Loisirs (54,55%)
Touristes caribéens	Loisirs (68,2%)	Loisirs (37,5%)	Loisirs (50%)	Affaires (42,86%)	Loisirs (55,56%)

But de la visite à Saint-Martin/Sint-Maarten

	Novembre 2011	Juillet 2012	Novembre 2012	Avril 2013	Décembre 2013
Touristes américains	Loisirs (75%)	Loisirs (87,2%)	Loisirs (77%)	Loisirs (77%)	Loisirs (79,22%)
Touristes canadiens	Loisirs (85%)	Loisirs (80%)	Loisirs (81,8%)	Loisirs (100%)	Loisirs (77,78%)
Touristes européens	Loisirs (86,5%)	Loisirs (91,7%)	Loisirs (84,8%)	Loisirs (100%)	Loisirs (78,57%)
Touristes sud-américains	Loisirs (100%)	Loisirs (100%)	Loisirs (77,8%)	Loisirs (100%)	Loisirs (90%)
Touristes caribéens	Loisirs (55,6%)	Loisirs (44,4%)	Loisirs (75%)	Transit (66,67%)	Loisirs (55,56%)

Durée de séjour à Saint-Martin/Sint-Maarten

	Novembre 2011	Juillet 2012	Novembre 2012	Avril 2013	Décembre 2013
Durée moyenne générale	2 et 7 jours : 46,6%	2 et 7 jours : 72,1%	2 et 7 jours : 58,2%	2 et 7 jours : 51,5%	2 et 7 jours : 43,4%
Touristes américains	2 et 7 jours : 47%	2 et 7 jours : 78,8%	2 et 7 jours : 59,6%	2 et 7 jours : 60%	2 et 7 jours : 51,32%
Touristes canadiens	2 et 7 jours : 67,5%	2 et 7 jours : 66,7%	2 et 7 jours : 45,5%	2 et 7 jours : 75%	2 et 7 jours : 71,43%
Touristes européens	8 et 14 jours : 47,5%	2 et 7 jours : 35%	2 et 7 jours : 46,4%	2 et 7 jours : 30%	2 et 7 jours : 28%
Touristes sud-américains	2 et 7 jours : 73,3%	8 et 14 jours : 71,4%	2 et 7 jours : 42,9%	2 et 7 jours : 100%	8 et 14 jours : 70%
Touristes caribéens	2 et 7 jours : 68,4%	2 et 7 jours : 75%	2 et 7 jours : 58,8%	1 et 2 jours : 100%	2 et 7 jours : 55,56%

Lieu de séjour principal à Saint-Martin/Sint-Maarten

	Novembre 2011	Juillet 2012	Novembre 2012	Avril 2013	Décembre 2013
Lieu de séjour principal toutes origines confondues	Sint-Maarten (59,6%)	Sint-Maarten (66%)	Sint-Maarten (67,5%)	Sint-Maarten (59,4%)	Sint-Maarten (77,27%)
Touristes américains	Sint-Maarten (70,7%)	Sint-Maarten (74,8%)	Sint-Maarten (77%)	Sint-Maarten (71,43%)	Sint-Maarten (93,85%)
Touristes canadiens	Sint-Maarten (75%)	Sint-Maarten (100%)	Sint-Maarten (75%)	Sint-Maarten (100%)	Sint-Maarten (71,43%)
Touristes européens	Saint-Martin (69,20%)	Saint-Martin (87%)	Saint-Martin (68,8%)	Saint-Martin (85%)	Saint-Martin (57,89%)
Touristes sud-américains	Saint-Martin (58,8%)	Saint-Martin (85,7%)	Sint-Maarten (71,4%)	Sint-Maarten (100%)	Sint-Maarten (72,73%)
Touristes caribéens	Sint-Maarten (57,9%)	Sint-Maarten (87,5%)	Sint-Maarten (55,6%)	Sint-Maarten (50%) Saint-Martin (50%)	Saint-Martin (71,43%)

Origine de la clientèle de Saint-Martin/Sint-Maarten

	Novembre 2011	Juillet 2012	Novembre 2012	Avril 2013	Décembre 2013
Touristes américains	48,4%	76,3%	65,8%	67,54%	55,10%
Touristes canadiens	17,1%	4%	4,2%	7,02%	7,48%
Touristes européens	17,1%	11,4%	16,9%	17,54%	22,45%
Touristes caribéens	9,7%	5,3%	9,2%	6,14%	6,12%
Touristes sud-américains	7,8%	3%	3,8%	1,75%	7,48%

	Anguilla : Destination excursion	Anguilla : destination finale	Anguilla : destination de séjour non exclusive*
novembre 2011	18,56%	9,14%	72,30%
juillet 2012	23,3%	12,08%	64,62%
Novembre 2012	31,26%	15,02%	53,72%
Avril 2013	48,74%	15,13%	18,04%
Décembre 2013	33,40%	16,29%	50,32%

* déduction

2.3 LE PARC D'HEBERGEMENT PRE IRMA ET MARIA

Du parc d'hébergement au 1^{er} juin 2017

Hôtels

Nom	Classement	Localisation géographique	Années de classement
La Samanna	5*	Terres Basses	2012 / 2017
Esmeralda resort	4*	Baie-Orientale	2012 / 2017
Marquis Resort & spa	4*	Anse-Marcel	2012 / 2017
La Plantation	4*	Baie-Orientale	2012 / 2017
Beach hôtel	4*	Marigot	2014
Riu Palace	4*	Anse-Marcel	2012 / 2017
Alamanda Resort	3*	Baie-Orientale	2012/2017
Grand Case Beach Club	3*	Grand Case	2012 / 2017
Mercure	4*	Baie-Nettlé	2012 / 2014
La Playa (ex-l'Hoste hôtel)	3*	Baie orientale	2014/2017
Golfe Hôtel	2*	Marigot	2012/2017
Centr'hôtel	2*	Marigot	2012/2017

Résidences

Nom	Classement	Localisation géographique	Années de classement
Palm Court	4*	Baie Orientale	2012/2017
Les balcons d'Oyster Pond	3*	Oyster Pond	2012 / 2017

Guest Houses

Nom	Localisation	Classement	Année de classement
Over the Hill Guest House	La Savane	1*	2014
Les Alizés	Grand Case	1*	2014
Couleur Café	Mont Vernon	2*	2014
Shamrock	Baie Orientale	2*	2014
La plénitude	Friar's Bay	2*	2014
La Source	Baie Orientale	3*	2014
Ti Colibri	Baie Orientale	3*	2014
Hevea	Grand Case	3*	2014
La palmeraie	Terres Basses	3*	2014
Adam et Eve	Baie Orientale	4*	2014
Le Shambala	Grand Case	5*	2014
Sol e Luna	Mont Vernon	5*	2014

Du classement

PARC HEBERGEMENT	ETABLISSEMENTS	CHAMBRES	%
TOTAL HOTELS	19	1262	
HOTELS NON CLASSES	7	324	
HOTELS CLASSES	12	938	63%
TOTAL RESIDENCES	10	129	
RESIDENCES NON CLASSEES	8	88	
RESIDENCES CLASSEES	2	41	20%
TOTAL GUEST HOUSES	18	115	
GUEST HOUSES NON CLASSEES	6	40	
GUEST HOUSES CLASSEES	12	75	67%
TOTAL HEBERGEMENTS	47	1506	
HEBERGEMENTS NON CLASSES	21	452	
HEBERGEMENTS CLASSES	26	1054	55%

NOMBRE D'ETOILES	NOMBRE D'ETABLISSEMENTS	%
5	1	4
4	10	38,5
3	8	31
2	5	19
1	2	7,5

UN PARC HEBERGEMENT HAUT DE GAMME A RECONSTRUIRE

Sur les 1506 chambres répertoriées (hébergements classés et non classés), nous enregistrons une perte de 80%, les 20% restantes n'étant pas commercialisables en raison de l'état général des hébergements (rez-de-chaussée détruits ou endommagés, toits détruits ou endommagés, restaurants détruits ou endommagés, piscines détruites ou endommagées ...).

Le parc des locations de villas a également été très affecté : dommages structurels importants (toitures, fenêtres, mobiliers emportés par la mer, jardins, piscines ...).

Le délai de reconstruction des hôtels et des villas varie de 8 à 24 mois. Outre le délai de traitement des dossiers d'assurance, il convient de prendre en considération la question de l'approvisionnement en matériaux de construction.

UN PARC AUTOMOBILE A RECONSTITUER

Le parc automobile (véhicules de location, bus et taxis) de l'île a été grandement affecté par le passage d'IRMA. Outre la destruction de nombreux véhicules suite à la montée des eaux et aux vents violents, nous enregistrons de nombreux dommages résultant des pillages post-cyclone (véhicules brûlés, réservoirs d'essence percés).

Cette nécessité de reconstituer le parc automobile peut être l'occasion de développer de nouveaux modes de transport, plus écologiques et adaptés à un besoin de loisirs ou de découverte des touristes tels que des voitures ou vélos électriques pour la découverte de Marigot et Grand Case.

UNE FLOTTE DE PLAISANCE A RECONSTITUER ET A DEVELOPPER

Malgré les précautions prises par les propriétaires de bateaux et les consignes des autorités locales, la montée des eaux et les vents violents ont détruit la plupart des bateaux à terre.

Toutes les marinas du territoire (marina Fort Louis, marina Royale, marina de l'Anse Marcel, marina d'Oyster Pond) ont subi d'importants dommages nécessitant des travaux de reconstruction plus ou moins importants selon les zones géographiques.

UN ENVIRONNEMENT A ASSAINIR

La végétation ainsi que les plages de l'ensemble du territoire ont été sérieusement affectées par ces deux phénomènes cycloniques. Outre d'importants travaux de nettoyage et d'assainissement, des travaux de revalorisation paysagère plus ou moins importants, selon les zones, s'imposent.

UNE ECONOMIE A REBATIR

Les commerces et restaurants de l'ensemble de l'île (Oyster Pond, Baie orientale, Anse Marcel, Baie Nettle, Grand-Case et Marigot) ont été tous sérieusement touchés par les phénomènes cycloniques ainsi que par les pillages.

AUTRES

- Des liaisons aériennes à rétablir.
- Des liaisons maritimes à rétablir.
- Des services publics à réorganiser.
- Une paix sociale à sauvegarder.

III. L'ESPRIT DE LA STRATEGIE TOURISTIQUE

3.1 UNE STRATEGIE ENTRE CONTINUITÉ ET INNOVATION

Dès le mois de janvier 2009, un large consensus entre la Collectivité et l'ensemble des professionnels concernés par le tourisme avait été initié pour l'élaboration du schéma d'aménagement et de développement touristique car le succès de cette stratégie réside dans la capacité de l'ensemble des acteurs à se fédérer autour d'un même projet de développement.

Ainsi, de janvier à juin 2009, une procédure de consultation des représentants des professionnels et acteurs du tourisme avait été lancée sur les 6 thématiques suivantes :

1. Le positionnement touristique de Saint-Martin
2. Quel tourisme pour quelle clientèle ?
3. Les marchés émetteurs d'aujourd'hui et de demain
4. La desserte aérienne
5. L'observation de l'activité touristique
6. La formation

Le 21 octobre 2009, les premières Assises Territoriales du Tourisme de Saint-Martin avaient été organisées pour faire le bilan de cette consultation et pour profiter de l'expérience et de l'expertise de hautes personnalités du secteur du tourisme, personnalités venant de métropole, des États-Unis mais également de la Caraïbe. Ces Assises s'étaient déroulées sous la forme de table ronde sur les thématiques suivantes :

- table ronde n°1 : synthèse des débats diagnostic, premières démarches engagées.
- table ronde n°2 : débat sur l'adéquation de l'offre d'hébergement de Saint-Martin et de la demande, duquel dépend la réforme du classement des hébergements touristiques.
- table ronde n°3 : débat sur l'évolution des comportements et des marchés pour la zone Caraïbe.
- table ronde n°4 : débat sur les opportunités et moyens d'attirer les croisiéristes sur la partie française.

Parallèlement, des études d'images avaient été lancées afin de connaître la perception touristique de l'île de Saint-Martin sur différents marchés émetteurs, en l'occurrence les États-Unis, le Canada, la Grande-Bretagne, l'Allemagne, l'Italie, la Belgique, la France et la Scandinavie.

Le résultat de ce processus fut le Schéma d'aménagement et de développement touristique pour la période 2010-2015.

Le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique de reconstruction 2017-2027 s'inscrit dans la continuité du précédent en termes notamment de positionnement, de poursuite des actions relatives la modernisation/montée en gamme du parc d'hébergement et d'approfondissement du projet de front de mer de Marigot en y associant la redynamisation de centre-ville de façon intégrée.

L'innovation consiste en l'élaboration d'une stratégie traduisant la mise en place d'une zone de tourisme durable et en la création des structures de gestion et d'animation appropriées sur les plans politique (Conseil du tourisme) et technique (Comité du tourisme).

Les événements cycloniques de septembre 2017 obligent la Collectivité à repenser l'aménagement de son territoire et

Le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique de reconstruction 2017-2027 repose sur une volonté forte de fédérer l'ensemble des acteurs publics et privés autour de ce projet de territoire.

De la définition officielle

En 1987, la commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU appelée aussi commission Brundland présente la première définition officielle du concept de développement durable : « le développement durable est un développement qui répond aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures ».

Lors de la conférence des Nations-Unies sur l'environnement et le développement de 1992, connue sous le nom de conférence de Rio, le concept de développement durable a été retenu comme modèle de développement pour la planète.

Le concept de tourisme durable, déclinaison sectorielle du concept de développement durable, intègre dans sa définition la préservation des intérêts des générations présentes et futures.

Ainsi faut-il, pour garantir le développement durable du tourisme, parvenir à trouver le bon équilibre entre les aspects environnementaux (préservation des paysages et des ressources), économiques (création d'emplois et de richesses) et socio-culturels (préservation de la culture et du cadre de vie).

Le présent schéma territorial d'aménagement et de développement touristique de reconstruction propose un projet de territoire supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable tant sur le plan éthique que social pour la population.

De la Zone de Tourisme Durable de la Grande Caraïbe

L'Association des États de la Caraïbe (AEC) est une organisation internationale à vocation régionale avec la mission de promouvoir la consultation, la coopération et l'action concertée entre tous les pays de la Caraïbe.

Parmi ses objectifs figure la promotion du développement durable dans la Grande Caraïbe pour concilier développement économique et respect de l'environnement qui s'inscrit dans l'axe prioritaire « tourisme durable ».

La Zone de Tourisme Durable de la Grande Caraïbe (ZTDC) est l'initiative phare de l'AEC dans le domaine du tourisme durable. Conscient de l'importance que l'industrie du tourisme représente pour la région et reconnaissant la nécessité de veiller à ce que les ressources naturelles, culturelles, sociales et financières nécessaires à son développement soient gérées de manière durable, les Chefs d'États et/ou Gouvernements de l'AEC ont signés en 2001 la Convention de Margarita établissant la ZTDC.

La ZTDC a été définie comme « une unité culturelle, socioéconomique, biologiquement riche et diversifiée, et géographiquement délimitée, au sein de laquelle le développement du tourisme dépendra de la durabilité et des principes d'intégration, de coopération et de consensus, visant à faciliter le développement intégré de la Grande Caraïbe ».

Ainsi, le 6 novembre 2013, la Convention de la ZTDC est officiellement entrée en vigueur, instituant de ce fait la Grande Région de la Caraïbe comme la première Zone de Tourisme Durable dans le monde, créant ainsi le cadre juridique et politique permettant de coordonner les efforts régionaux pour le développement durable du tourisme.

Le tourisme durable a été défini comme la promotion d'un tourisme satisfaisant les besoins du présent sans compromettre le présent ni le futur des générations.

Ainsi, les gouvernements doivent avoir :

- Un Plan de Développement du Tourisme Durable
- Un plan de Gestion de leur Destination Durable

4 grands critères composés de sous-critères ont été identifiés par l'AEC pour mesurer la soutenabilité / durabilité du tourisme :

- La gestion de la Destination (gouvernance du tourisme)
- La valeur économique (santé des entreprises du secteur, satisfaction des touristes ...)
- L'impact social et culturel (emploi du personnel local dans le tourisme, valorisation des us et coutumes ...)
- L'impact environnemental (bonne gestion des déchets, maîtrise de la consommation de l'énergie et de l'eau, protection et bonne gestion de l'environnement ...)

La Collectivité de Saint-Martin, en adhérant officiellement à l'Association des Etats de la Caraïbe au cours de l'année 2016, s'est engagée d'une part, à participer aux travaux de la direction du tourisme durable et d'autre part, à signer la convention créant la Zone de Tourisme Durable de la Grande Caraïbe.

3.3 LA VISION POLITIQUE

Comme indiqué en préambule, la stratégie touristique de la Collectivité de Saint-Martin repose sur le principe directeur de durabilité à entendre comme la recherche d'équilibre des différentes composantes d'un développement et d'un aménagement de territoire soit entre les impératifs économiques, sociaux, environnementaux et culturels.

Le tourisme est une activité économique transversale tout autant qu'un projet de territoire qui implique, pour sa relance et son développement durable, la mobilisation de l'ensemble des acteurs économiques, de la population et de l'ensemble des services de la Collectivité.

Le tourisme est envisagé comme un moyen de générer des richesses et d'améliorer les conditions de vie de la population dans le respect et la préservation de l'environnement terrestre et maritime comme suit :

Création de valeur économique et d'emplois

- Le tourisme source d'emplois
- Le tourisme source de chiffre d'affaires
- Le tourisme source de recettes publiques

Protection de l'environnement

- Maîtrise de l'urbanisation et valorisation paysagère
- Préservation des ressources naturelles
- Mise en valeur des ressources patrimoniales

Le tourisme facteur d'équilibre social

- Le tourisme au service du territoire
- Le tourisme au service de la population
- Des équipements mixtes accessibles à la population

Mise en valeur de l'identité culturelle

- Une identité mélange de « French touch » et de « culture caribéenne »
- Valorisation des sites patrimoniaux et richesses historiques
- Valorisation des traditions et coutumes saint-martinoises

3.4 LE POSITIONNEMENT

Le positionnement correspond aux attributs d'une destination, ce qui permet de la distinguer des autres notamment au regard des clientèles cibles. Choisir un positionnement pour une destination c'est en définir la personnalité qui permettra de l'identifier clairement et de la différencier par rapport aux destinations concurrentes.

Par conséquent, lorsqu'un choix de positionnement est effectué, l'ensemble des actions menées en termes de projets ou de communication le sont en adéquation afin que les clientèles sachent à quel genre de destination elles ont à faire.

Le 24 juin 2010, le conseil territorial adoptait le premier schéma territorial d'aménagement et de développement touristique de Saint-Martin par délibération CT 29-11-2010 et ce pour la période 2010-2015.

Ce schéma indique le choix d'un positionnement spécifique « **haut de gamme moderne** », positionnement dont découle l'ensemble du plan d'actions faisant partie intégrante du schéma adopté.

Ce positionnement qui est l'axe majeur de la politique d'aménagement et de développement car identifié comme celui correspondant à l'image que se font les touristes de Saint-Martin eu égard à son historique touristique, n'exclut pas l'existence de produits luxe et moyenne gamme.

Ce positionnement qui est une invitation à favoriser la qualité à la quantité s'inscrit dans l'esprit de se positionner comme une destination touristique durable.

IV. LA STRATEGIE TOURISTIQUE 2017-2027

4.1 PRESENTATION THEMATIQUE

De la marque de territoire

La marque de territoire a un double objectif :

1. nous démarquer de la concurrence en nous appuyant sur les atouts patrimoniaux du territoire et les valeurs traditionnelles de la population,
2. créer du lien social et faire renaître un sentiment d'appartenance à une communauté en rassemblant les citoyens autour d'une identité partagée.

La marque de territoire est l'opportunité de :

- mettre en tourisme des événements traditionnels et de développer des événements respectueux de l'esprit de la présente stratégie touristique.
- valoriser l'histoire, le patrimoine, les coutumes et traditions via l'art du storytelling et du street marketing.

La marque de territoire par étape :

1. Création d'un visuel symbolique de l'identité partagée
2. Définition d'une charte graphique et d'un guide de marque
3. Mise en place d'une gouvernance de la marque
4. Elaboration d'une stratégie d'animation de la marque sur le territoire
5. Elaboration d'une stratégie de communication et de marketing territorial.

Du patrimoine

Située au nord de l'arc antillais et renommée pour la beauté de ses paysages, de son littoral et de son patrimoine maritime, Saint-Martin l'est moins pour son patrimoine bâti et culturel.

Dans ce contexte touristique et de bi-nationalité de l'île, la partie française de l'île a une spécificité primordiale: un patrimoine historique bâti encore présent.

Un patrimoine bâti, protégé ou non, qui mérite d'être réhabilité et valorisé afin :

- de protéger et préserver le patrimoine bâti subsistant en réinvestissant les lieux patrimoniaux pour des usages renouvelés tout en étant respectueux des sites,
- de diversifier les activités culturelles en proposant des lieux d'accueil propices au développement de la fréquentation des résidents et des touristes avec une médiation variée pour offrir une approche renouvelée de l'histoire de Saint-Martin pour tous les types de publics,
- de croiser l'aménagement des sites patrimoniaux avec les logiques urbaines et paysagères contemporaines pour améliorer le cadre de vie des résidents et renforcer la cohésion sociale en réinvestissant des lieux patrimoniaux destinés à tous, tout en assurant des structures d'accueil sécurisées et modernes,
- d'assurer une gestion et un développement économique des sites patrimoniaux pour permettre un réinvestissement des dividendes en faveur de la préservation et de l'entretien des sites.

De la filière tourisme de santé/bien-être

La filière tourisme de bien-être/santé est une filière en plein essor dans le monde qui progresse 50% plus vite que le tourisme de manière générale. En 2013, les revenus du tourisme de bien-être ont représenté 500 milliards de dollars soit 15% des dépenses touristiques à travers le monde (source : Global Spa and Wellness). Selon une étude « Visa » de 2014 intitulée « Mapping the Future of Global Travel and Tourism », le nombre de personnes voyageant pour raison de santé est passé de 7,5 millions en 2007 à 16 millions en 2012.

Si les Américains sont les premiers voyageurs pour raison médicale en raison du coût des soins dans leur pays, la tendance commence à prendre de l'ampleur également en Europe. Ceci explique que les Etats-Unis soient déjà en avance dans la promotion de cette filière à l'international avec la « Global Spa and Wellness » qui organise un sommet annuel et la « Medical Tourism Association » basée en Floride qui propose des formations ainsi qu'un label pour les hôtels, caribéens notamment, positionnés sur cette thématique. En France, le salon annuel des Thermalies qui se tient à Paris a, depuis 2016, ouvert un nouveau pavillon dédié aux cliniques, médical spa et hôtels. Les offres proposées vont de la santé préventive à la médecine esthétique en passant par la médecine alternative. Le marché américain étant notre marché naturel principal, se positionner sur cette thématique apparaît tout à fait opportun.

Reste à définir :

- la ou les spécialités à promouvoir en fonction des atouts de notre territoire et de la concurrence régionale
- la zone géographique qui pourrait être classée zone touristique pour permettre la création d'un village dédié à la santé et au bien-être.

De la filière tourisme de mariage

La législation en vigueur sur notre territoire depuis 2009 (article 58 de la loi n°2009-594 du 27 mai 2009 pour le développement des outre-mer) facilite les mariages de ressortissants étrangers ce qui a entraîné le développement de cette filière sur notre territoire avec des demandes en augmentation croissante venant principalement mais non exclusivement des marchés américain et canadien. Cette filière ayant favorisé le développement de l'activité de « wedding planner » concerne le secteur aérien, le secteur de l'hébergement (hôtels et villas) ainsi que celui du commerce de proximité (fleuriste, traiteur, location de voiture, photographe, commerces divers).

De la croisière haut de gamme

Le tourisme de croisière est un secteur en pleine expansion, une tendance qui se confirme d'année en année. Selon la FCCA, ce sont quelques 24,2 millions de croisiéristes qui ont évolué dans le monde en 2016 soit +4% par rapport à l'année 2015 dont 12 millions de nord-américains. Avec 33,7% de parts de marché, le bassin des Caraïbes est le premier bassin de croisière au monde tandis que le marché nord-américain en est le premier marché source. Faire le choix d'un tourisme de croisière haut de gamme, avec l'accueil de navires à la capacité maximale de 1200 passagers, c'est respecter le positionnement de la destination mettant l'accent sur la qualité et s'inscrire dans l'esprit de durabilité sur lequel repose la présente stratégie touristique mettant l'accent sur la préservation du cadre de vie de la population et de l'environnement.

De la filière gastronomie

La valorisation touristique de la gastronomie s'inscrit dans la continuité de la précédente programmation stratégique au cours de laquelle le dispositif de « Maître restaurateur » a été introduit dans la réglementation en vigueur sur le territoire afin de valoriser cette activité à la notoriété déjà bien assise. Il apparaît opportun de poursuivre les efforts de mise en valeur et de promotion de la gastronomie française recherchée et prisée par les clientèles notamment nord et sud-américaines tout en développant sa spécificité « régionale ».

De la filière sport haut de gamme

Dans le cadre du respect de l'équilibre entre l'intérêt des touristes de disposer d'activités de loisirs lors de leur séjour, celui de la population et de l'environnement naturel, une distinction est faite entre les sports nautiques motorisés à limiter dans le temps et dans l'espace et les sports nautiques non motorisés à encourager.

Sports nautiques motorisés	Sports nautiques non motorisés
Pêche sportive, ski nautique, scooter des mers, plongée, parachute ascensionnel	Planche à voile, surf, stand up paddle, kitesurf, kayak

Les sports nautiques peuvent être l'occasion :

- de valoriser nos champions du monde et d'Europe et d'encourager des vocations sportives
- d'organiser des événements comme le « Saint Martin Billfish Tournament », événement de pêche sportive annuel depuis 20 ans attirant des pêcheurs venant tant de la région Caraïbe que des Etats-Unis et de la France.

De la sécurité

Objectif principal : Créer un schéma local de sécurité publique qui permette le tourisme de développement durable de l'île et l'amélioration de la qualité de vie des touristes et des résidents.

La sécurité du territoire est considérée comme un axe majeur de notre stratégie de développement touristique. Il nous semble impératif de créer un partenariat entre le secteur de la sécurité et celui du tourisme.

C'est au sein du CLSPD que nous élaborerons un projet « Sécurité et Tourisme ». La mise place d'un groupe de travail dans lequel les services de la collectivité (Police territoriale, services techniques, direction du tourisme, culture, responsables de sites...), de l'office du tourisme, de la justice, et autres acteurs de la prévention de la sécurité pourront coopérer et permettre l'évaluation de la situation locale et répondre aux défis actuels.

Il nous importe aujourd'hui de pouvoir mettre en cohérence nos dispositifs de prévention situationnelle et en renforçant la présence humaine dans l'espace public. Il s'agit de déployer une « brigade tranquillité » qui œuvra sur l'ensemble de l'espace public et les lieux à forte affluence touristique.

Aussi, la mise en œuvre du schéma de tranquillité publique contribuera à améliorer la gestion au quotidien de l'espace public, tout en travaillant sur son aspect social. La maîtrise d'une prévention sociale qui regroupe des mesures qui viseront à améliorer les conditions de vie des usagers permettra d'influer directement sur le comportement délinquant. Car la qualité des relations entre résidents et visiteurs de l'île détermine surtout le sentiment de sécurité ou d'insécurité chez les touristes.

De l'environnement

Le passage des phénomènes cycloniques IRMA et MARIA impose de prendre des mesures renforcées en matière de protection de l'environnement comme :

- la mise en place d'une réglementation de prévention et de répression des actes de pollution des espaces publics terrestres et maritimes,
- la mise en place d'une réglementation d'encadrement des activités polluantes,
- La résilience des infrastructures touristiques et de l'aménagement du territoire,
- l'insertion d'un volet « sensibilisation au respect de l'environnement » dans l'enseignement du tourisme à l'école.

4.2 PRESENTATION DU PLAN D'ACTIONS

Axes stratégiques	Actions opérationnelles
I. Une organisation proactive pour animer le plan de reconstruction de l'économie touristique	Action 1 : Réorganisation de la gouvernance touristique Action 2 : Création d'un Conseil du tourisme et d'un Comité du tourisme Action 3 : Définition d'une stratégie économique de reconstruction Action 4 : Définition d'une stratégie de mise en tourisme du patrimoine
II. Une communication proactive pour accompagner le plan de reconstruction de l'économie touristique	Action 1 : Adoption d'une marque de territoire Action 2 : Définition d'une stratégie d'animation du territoire Action 3 : Poursuite de l'enseignement du tourisme dans les écoles Action 4 : Définition d'une stratégie marketing/communication
III. Reconstruction du parc d'hébergement haut de gamme	Action 1 : Favoriser l'implantation de resorts thématiques : grand luxe, spa /bien-être... Action 2 : Favoriser le développement de villas et guest houses à minima haut de gamme Action 3 : Définition d'un plan de reconstruction des hébergements haut de gamme Action 4 : Définition de nouvelles modalités architecturales
IV. Favoriser et accompagner le développement de filières à fort potentiel	Action 1 : Favoriser le développement de la gastronomie Action 2 : Favoriser le développement de la filière bien-être/santé Action 3 : Favoriser le développement de la filière mariage Action 4 : Favoriser le développement de sports haut de gamme (pêche sportive, golf...)
V. Création du code du tourisme de Saint-Martin	Action 1 : Création d'un label « Friendly Island » Action 2 : Adaptation de la réglementation « guide conférencier » Action 3 : Traduction juridique de la gouvernance du tourisme Action 4 : Codification de la réglementation relative au tourisme
VI. Une politique de durabilité pour les générations futures	Action 1 : Renforcement des mesures visant la sécurité Action 2 : Aménagement signalétique du territoire et valorisation paysagère Action 3 : Modernisation des réseaux (routier, distribution d'eau, assainissement...) Action 4 : Définition d'une stratégie de préservation de l'environnement
VII. Une politique de projets structurants	Action 1 : Adoption d'une démarche d'urbanisme de projet Action 2 : Réalisation du projet structurant du grand Marigot Action 3 : Projet d'aménagement et de valorisation de Grand Case Action 4 : Projet de création d'un village artisanal Action 5 : Définition d'une stratégie de développement de la croisière haut de gamme Action 6 : Mise en place et organisation du service accueil des investisseurs Action 7 : Développement de l'aéroport de Grand-Case

De la compétence tourisme de la Collectivité

Article 1 : La Collectivité de Saint-Martin, en vertu de l'article LO 6314-1 de la loi organique n°2007-223 du 21 février 2007 portant dispositions statutaires et institutionnelles relatives à l'outre-mer, dispose, en sus de la compétence communale, des compétences départementale et régionale dans le domaine du tourisme.

Article 2 : La Collectivité de Saint-Martin, en vertu de l'article LO 6314-3 alinéa 5, dispose de la compétence d'Etat dans le domaine du tourisme.

Article 3 : La Collectivité de Saint-Martin définit et met en œuvre la politique territoriale du tourisme.

Article 4 : La Collectivité de Saint-Martin assure le recueil, le traitement et la diffusion des données relatives à l'activité touristique sur le territoire.

Article 5 : Elle définit et conduit les opérations de promotion touristique sur les marchés étrangers.

Article 6 : Elle fixe les règles et les orientations de la coopération internationale dans le domaine du tourisme et en assure la mise en œuvre, notamment au sein des organisations internationales compétentes conformément aux dispositions de l'article LO 6351-15 de la loi organique.

Article 7 : Dans le cadre de ses compétences en matière d'étude et de planification, la direction du tourisme de la Collectivité élabore le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique ensuite soumis à l'approbation du Conseil territorial après consultation du Conseil du tourisme et du Comité du tourisme.

Article 8 : La direction du tourisme élabore le schéma territorial d'aménagement et de développement touristique dans le respect du principe de durabilité à entendre comme la recherche d'équilibre entre les impératifs économiques, sociaux-culturels et environnementaux dont elle supervise l'évaluation de la mise en œuvre.

Article 9 : La direction du tourisme détermine et met en œuvre les procédures d'agrément et de classement des équipements, organismes et activités touristiques selon les modalités fixées par délibération.

Article 10 : La direction du tourisme favorise la coordination des initiatives tant publiques que privées et assure conseil et assistance technique dans le domaine du tourisme.

Article 11 : Dans le cadre de ses compétences en matière d'étude et de planification, la direction du tourisme élabore la stratégie marketing et communication de la destination ensuite soumise à l'approbation du Conseil territorial après consultation du Conseil du tourisme et du Comité du tourisme.

Du Conseil du tourisme

Le Conseil du tourisme est une instance politique dont la vocation est d'assurer la concertation et la coordination de la mise en œuvre opérationnelle du plan d'actions du présent schéma territorial d'aménagement et de développement touristique de reconstruction.

Article 12 : Le Conseil du tourisme est une instance politique collégiale sous l'autorité de la présidence de la Collectivité.

Article 13 : Le Conseil du tourisme est composé des vice-présidents, des représentants officiels des organismes satellites de la Collectivité, des représentants officiels des organismes institutionnels et des organisations professionnelles directement concernés par l'économie touristique.

Article 14 : Le Conseil du tourisme se réunit à minima deux fois par an, à l'initiative de la présidence de la Collectivité, pour échanger sur les problématiques touristiques du territoire et des acteurs dans un objectif de concertation et de coordination.

Article 15 : La présidence de la Collectivité peut inviter toute personne susceptible d'apporter une expertise particulière pour éclairer et enrichir les débats.

Du Comité du tourisme

Le Comité du tourisme est une instance technique dont la vocation est d'assurer la coordination et le suivi de la mise en œuvre opérationnelle du plan d'actions du présent schéma territorial d'aménagement et de développement touristique de reconstruction.

Article 16 : Le Comité du tourisme est une instance technique collégiale sous l'autorité de la direction du tourisme de la Collectivité.

Article 17 : Le Comité du tourisme est composé du directeur général des services, des directeurs généraux adjoints, des directeurs de services de la Collectivité et des directeurs des organismes satellites de la Collectivité.

Article 18 : Le Comité du tourisme se réunit à minima deux fois par an, à l'initiative de la direction du tourisme de la Collectivité, pour échanger sur la mise en œuvre du schéma territorial d'aménagement et de développement touristique dans un objectif de coordination et d'évaluation.

Article 19 : La direction du tourisme de la Collectivité peut inviter toute personne susceptible d'apporter une expertise particulière pour éclairer et enrichir les débats.

De la répartition des compétences de mise en œuvre du plan d'actions

Axe stratégique I : Une organisation pro-active pour animer le plan de reconstruction de l'économie touristique

Actions	Compétence	Pilotage
Action 1 Réorganisation de la gouvernance touristique	Collectivité	Direction du tourisme
Action 2 Création d'un Conseil du tourisme et d'un Comité du tourisme	Collectivité	Direction du tourisme
Action 3 Définition d'une stratégie économique de reconstruction	Collectivité	Cabinet de la présidence

Action 4 Définition d'une stratégie de mise en tourisme du patrimoine	Collectivité	Direction des archives territoriales et du Patrimoine
---	--------------	---

Axe stratégique II : Une communication pro-active pour accompagner le plan de reconstruction de l'économie touristique

Actions	Compétence	Pilotage
Action 1 Adoption d'une marque de territoire	Collectivité	Direction du tourisme
Action 2 Définition d'une stratégie d'animation du territoire	Collectivité	Cabinet de la présidence
Action 3 Poursuite de l'enseignement du tourisme dans les écoles	Collectivité Etat	Direction de l'éducation
Action 4 Définition d'une stratégie Marketing/Communication	Collectivité	Cabinet de la présidence

Axe stratégique III : Reconstruction du parc d'hébergement haut de gamme

Actions	Compétence	Pilotage
Action 1 Favoriser l'implantation de resorts thématiques : grand luxe, spa /bien-être	Collectivité	Direction du tourisme
Action 2 Favoriser le développement de villas et guest houses à minima haut de gamme	Collectivité	Direction du tourisme
Action 3 Définition d'un plan de reconstruction des hébergements haut de gamme	Collectivité	Cabinet de la présidence
Action 4 Définition de nouvelles modalités architecturales	Collectivité	Cabinet de la présidence

Axe stratégique IV : favoriser et accompagner le développement de filières à fort potentiel

Actions	Compétence	Pilotage
Action 1 Favoriser le développement de la gastronomie	Collectivité	Direction du tourisme
Action 2 Favoriser le développement de la filière bien-être/santé	Collectivité	Direction du tourisme
Action 3 Favoriser le développement de la filière mariage	Collectivité	Direction du tourisme

Action 4 Favoriser le développement de sport haut de gamme (pêche sportive, golf...)	Collectivité	Direction du tourisme
--	--------------	-----------------------

Axe stratégique V : Création du code du tourisme

Actions	Compétence	Pilotage
Action 1 Création d'un label « Friendly Island »	Collectivité	Direction du tourisme
Action 2 Adaptation de la réglementation « guide conférencier »	Collectivité Etat	Direction du tourisme et direction des archives territoriales et du patrimoine en partenariat avec les services de l'Etat
Action 3 Traduction juridique de la gouvernance du tourisme	Collectivité	Direction du tourisme
Action 4 Codification de la réglementation relative au tourisme	Collectivité	Direction du tourisme

Axe stratégique VI : Une politique de durabilité pour les générations futures

Actions	Compétence	Pilotage
Action 1 Renforcement des mesures visant la sécurité	Collectivité Etat	Cabinet de la présidence en partenariat avec les services de l'Etat
Action 2 Aménagement signalétique du territoire et valorisation paysagère	Collectivité	Pôle développement durable
Action 3 Modernisation des réseaux (routier, distribution d'eau, assainissement, éclairage public ...)	Collectivité	Pôle développement durable
Action 4 Définition d'une stratégie de préservation de l'environnement	Collectivité	Pôle développement durable

Axe stratégique VII : une politique de projets structurants

Actions	Compétence	Pilotage
Action 1 Adoption d'une démarche d'urbanisme de projet	Collectivité	Pôle développement durable
Action 2 Réalisation du projet structurant du Grand Marigot	Collectivité	Cabinet de la présidence
Action 3 Projet d'aménagement et de valorisation de Grand Case	Collectivité	Cabinet de la présidence
Action 4 Projet de création d'un village artisanal	Collectivité	Direction jeunesse, sports, culture et vie associative
Action 5 Définition d'une stratégie de développement de la croisière haut de gamme	Collectivité	Direction du tourisme

Action 6 Mise en place et organisation du service accueil des investisseurs	Collectivité	Cabinet de la présidence
Action 7 Développement de l'aéroport de Grand-Case	Collectivité	Cabinet de la présidence

Dans le cadre de la mise en œuvre opérationnelle de ce plan d'actions, les acteurs publics et privés seront consultés sur les thématiques et projets les concernant directement.

Requêtes adressées à l'Etat

Au lendemain des phénomènes cycloniques IRMA et MARIA, la Collectivité de Saint-Martin sollicite l'Etat de bien vouloir agréer les requêtes ci-après formulées en vue de la reconstruction du territoire et de la destination.

Requêtes	Actions concernées
Aide d'Atout France en matière d'ingénierie pour le montage de projets structurants	Action 3 / Axe stratégique III Action 5 / Axe stratégique VII
Renforcement des moyens humains	Action 1 / Axe stratégique VI
Accès au fond interministériel de prévention de la délinquance	Action 1 / Axe stratégique VI
Préparation du prochain contrat de développement ciblé sur la reconstruction	Action 3 / Axe stratégique VI
Négociation d'un PO 2020-2026 orienté sur la reconstruction	Axe stratégique VII
Introduction d'une sensibilisation à l'environnement dans le programme d'enseignement du tourisme dans les écoles et développement de cet enseignement dans les classes	Action 3 / Axe stratégique II
Mise en place d'un dispositif de prévention et de répression des actes de pollution de l'environnement	Action 4 / Axe stratégique VI
Adaptation de la réglementation en vigueur relative au métier de guide conférencier	Action 2 / Axe stratégique V
Autorisation de principe pour l'ouverture d'un casino	Action 3 / Axe stratégique I

La Collectivité de Saint-Martin adresse à l'Etat une requête particulière concernant la révision/revalorisation de la compensation des compétences tourisme transférées, suite au changement statutaire issu de la loi organique du 21 février 2007, afin d'être en capacité de mettre en œuvre la présente stratégie touristique de reconstruction. Cette requête se fonde sur les dispositions de l'article LO 6371-4 de ladite loi organique.

Article LO 6371-4

« Tout accroissement net de charges résultant des transferts de compétences effectués entre l'Etat, la région ou le département de la Guadeloupe ou la commune de Saint-Martin et la Collectivité de Saint-Martin est accompagné du transfert concomitant à la Collectivité des ressources nécessaires à l'exercice normal de ces compétences. »

En effet, l'arrêté du 22 avril 2011 fixant le montant des charges et de droit à compensation des compétences transférées à la Collectivité de Saint-Martin a attribué à la Collectivité de Saint-Martin pour le domaine du tourisme une compensation de 45 234 euros. En se basant sur l'arrêté du 22 avril 2011, seules les compétences « tourisme » de l'Etat ont été prises en compte pour l'évaluation du montant des charges transférées à la Collectivité de Saint-Martin. N'ont donc pas été prises en compte les compétences « tourisme » transférées de la Région et du Département. Ainsi, le montant de 45 234 euros correspond au transfert de charges des seules compétences de l'Etat dans le domaine du tourisme. Ceci revient à dire que le montant correspondant au transfert de charges des compétences de la Région et du Département dans le domaine du tourisme est de 0 euros.

4.4 MODALITES D'EVALUATION

Le Comité du tourisme a vocation à évaluer de façon biannuelle la mise en œuvre opérationnelle du plan d'actions du présent schéma territorial d'aménagement et de développement touristique sur la base du tableau ci-dessous.

Axe stratégique I : Une organisation pro-active pour animer le plan de reconstruction de l'économie touristique

Actions	Dossiers ou projets	Pilote	Etat d'avancement	Remarques particulières
Action 1				
Action 2				
Action 3				
Action 4				

Axe stratégique II : Une communication pro-active pour accompagner le plan de reconstruction de l'économie touristique

Actions	Dossiers ou projets	Pilote	Etat d'avancement	Remarques particulières
Action 1				
Action 2				
Action 3				
Action 4				

Axe stratégique III : Reconstruction du parc d'hébergement haut de gamme

Actions	Dossiers ou projets	Pilote	Etat d'avancement	Remarques particulières
Action 1				
Action 2				
Action 3				
Action 4				

Axe stratégique IV : Favoriser et accompagner le développement de filières à fort potentiel

Actions	Dossiers ou projets	Pilote	Etat d'avancement	Remarques particulières
Action 1				
Action 2				
Action 3				
Action 4				

Axe stratégique V : Création du code du tourisme

Actions	Dossiers ou projets	Pilote	Etat d'avancement	Remarques particulières
Action 1				
Action 2				
Action 3				
Action 4				

Axe stratégique VI : Une politique de durabilité pour les générations futures

Actions	Dossiers ou projets	Pilote	Etat d'avancement	Remarques particulières
Action 1				
Action 2				
Action 3				
Action 4				

Axe stratégique VII : Une politique de projets structurants

Actions	Dossiers ou projets	Pilote	Etat d'avancement	Remarques particulières
Action 1				
Action 2				
Action 3				
Action 4				
Action 5				
Action 6				
Action 7				