Marianne symbole République Française
Logo Atout France
Bannière outre-mer

La France des Outre-mer

Le tourisme des outre-mer est un atout au service de la destination France.
Pour la plupart des territoires ultramarins, le tourisme constitue un des secteurs économiques les plus importants avec plusieurs dizaines de milliers d'emplois directs et indirects. Avant la pandémie, les fréquentations étaient en croissance dans les territoires ultramarins ; fréquentations qui combinent souvent tourisme de séjour et tourisme de croisière, visiteurs de la métropole et visiteurs internationaux.

Chiffres clés

2	2,5	4,5
millions de touristes (2024)	milliards d'euros de recettes touristiques	millions de passagers aériens

Découvrir les actions du pôle La France des Outre-mer

Le tourisme en outre-mer

La clientèle internationale est prédominante pour la Polynésie et la Nouvelle Calédonie (respectivement 68% et 55%), et, inversement 83% pour la Métropole à la Réunion alors que ces taux varient de 59% à 71% pour la zone Antilles Guyane. S'ajoutent 2,2 millions de croisiéristes (passagers en escales) et 325 000 en Tête de ligne (source : Chiffres clés des outre-mer 2018/2019 – Atout France).

L'outre-mer français est par ailleurs une **réserve unique de biodiversité** ce qui lui confère un caractère de tourisme durable avéré. Représentant 97 % de l'espace maritime français, il cumule 80 % de la biodiversité française et abrite 13 000 espèces endémiques.

Les destinations d'outre-mer abritent également des traditions culturelles, des diversités linguistiques, architecturale, des savoir-faire… des **patrimoines matériels et immatériels** qui constituent une richesse indéniable pour la culture française (ex. le Gwoka et le Maloya, inscrits sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'UNESCO ; le Mémorial Acte lieu unique au monde qui retranscrit les différentes facettes de l'esclavage aux Antilles et dans les Caraïbes ; l'art du tatouage ; la culture de l'ananas Victoria qui a reçu le Label Rouge ; les rhums de Martinique qui bénéficient de l'appellation AOC, etc.).

Les actualités du pôle

Créé en 2020, dans le cadre de la crise du COVID-19, qui a fortement impacté les destinations, le Pôle outre-mer poursuit plusieurs objectifs, à court et moyen termes :

- **Développer l’intelligence économique en améliorant la capacité d’observation de la filière** pour faciliter le pilotage de l’activité touristique et mieux orienter les actions.
- **Améliorer la qualité de l’offre** en accompagnant son évolution et sa structuration à travers le développement des contrats cadre, des contrats de destination et la conduite de projets structurants via le dispositif « France Tourisme Ingénierie ».
- **Professionnaliser la filière** à travers la mise en place de contenus de formation spécifiques permettant notamment d’aborder des sujets clés (impact environnemental, innovation, évolution de la demande, etc.).
- **Stimuler la demande à travers des actions de promotion** planifiées dans la durée et concentrées sur le digital (web et réseaux d’influenceurs) ainsi qu’une collaboration renforcée avec les réseaux de vente BtoB.

Nos dernières publications

Horizons 2040

#Horizons2040

Atout France présente les résultats de sa démarche prospective #Horizons2040 appliquée aux Outre-mer, lancée en 2024 avec la DGOM.

Pour consulter les résultats cliquez sur l'image

Outre-mer Inventaire

Inventaire de l'offre culturelle en outre-mer - 2024

La synthèse de l'étude

Spiritourisme

SPIRITOURISME EN OUTRE-MER

Synthèse de l'étude

Baromètres

Chiffres clés:

- Elaboration de catalogue de produits écotourisme (identification des différentes initiatives aéroports, collectivités, hébergeurs, etc. afin d’établir une vision globale des différentes démarches en faveur de l’écotourisme) ,
- Mise en œuvre de démarches de qualité (classements, normes Iso en management et gestion environnementale) en collaboration avec l’ADEME pour conseiller les territoires dans leur démarche vers le développement durable (ex. traitement eaux usées, traitement des déchets…),
- programmes FTI Projets.

Veille-Prospective :

- Edition annuelle des Chiffres clés du tourisme en outre-mer,
- Baromètre trimestriel du tourisme (dynamiques aériennes - sièges et passagers par marché, carnet de commandes à 3 et 6 mois , chiffres clés du marché locatif Air BnB/Abritel Homeaway), animation de groupes de travail sur la méthodologie de production et l'homogénéité des données des observatoires, benchmark (s) des destinations concurrentes.

Actions sur les marchés :

En lien étroit avec chacune des destinations et des zones de chalandise, nombreuses collaborations avec les réseaux de professionnels et leurs clients finaux via des actions BTOBTOC qui intègrent des objectifs de notoriété et de vente. Ces actions, indispensables pour les destinations ultramarines françaises, s'accompagnent d'un travail de positionnement des marques des destinations sur le tourisme durable et la construction d'une image plus aboutie, plus exclusive des territoires d'outre-mer au cœur de la destination France.

Organisation

Présidence du pôle

Le **Ministère chargé des outre-mer** et Atout France ont fait converger leurs démarches pour travailler en cohérence et complémentarité du plan Destination France et à co-animer les travaux du Pôle outre-mer, bras armé technique du Comité Stratégique du Tourisme outre-mer (CSTOM)