

<https://ugtg.org/spip.php?article1568>



# Etude sur les Impacts Economiques de la Route du Rhum...

- Repères - Débattre -



Date de mise en ligne jeudi 11 août 2011

---

Copyright © UGTG.org - Tous droits réservés

---

## Synthèse des résultats et principaux enseignements

La route du rhum présente un impact en volume par l'injection des consommateurs extérieurs (tourisme). Cette injection est considérée comme la source principale de l'impact et comme une ressource nouvelle pour la destination. Le reste de l'impact provient des dépenses nettes d'organisation et d'investissement réalisées par l'état et les collectivités locales, dépenses considérées en revanche comme un coût pour ces derniers. L'ampleur respective de ces deux types d'impact mérite d'être commentée en termes d'analyse coût-bénéfice car au delà du constat général, quatre conclusions émergent de cette analyse.

1. sur les neuf dernières éditions, la route du rhum affiche une baisse tendancielle de la fréquentation touristique.
2. la manifestation engendre un faible ratio coût-bénéfice (dépenses des visiteurs/budget) et par conséquent un faible retour sur investissement puisque les dépenses touristiques ne couvraient en 2002 que 36% du budget consacré à l'évènement.
3. le multiplicateur de revenu touristique (0.89) apparaît faible par rapport à l'importance de l'évènement
4. cette manifestation a une incidence mineure sur la croissance économique de la Guadeloupe.

En clair, en dépit de sa large couverture médiatique, de l'engouement sportif qu'elle suscite, et de l'importance des sommes consacrées à son organisation et à sa promotion, la route du rhum induit des impacts économiques tout a fait modestes sur l'ensemble de l'économie de la Guadeloupe. En effet, on observe depuis les cinq dernières éditions de la route du rhum, une baisse tendancielle de la fréquentation de visiteurs étrangers qui se seraient déplacés pour cette manifestation, baisse se traduisant à la fois par une réduction des taux d'occupation des établissements d'accueil et par une baisse de leur chiffre d'affaires.

Cette baisse de fréquentation s'explique pour l'essentiel par le fait que la Guadeloupe en tant que destination touristique accuse depuis plusieurs années un déficit d'image, et une perte de compétitivité sur le marché du tourisme international. Les touristes Français qui composent à 95% la clientèle des structures d'accueil de la région ne considèrent plus la Guadeloupe et la Martinique comme des destinations élitistes. A la recherche de plus d'authenticité et d'originalité ainsi que de meilleur rapport qualité/prix dans les pays récepteurs, ces touristes préfèrent aujourd'hui orienter leur choix de destination de vacances sur d'autres lieux et d'autres évènements, il en découle ainsi un faible retour sur investissement de la route du rhum.

Par ailleurs, au delà des données statistiques de fréquentation, l'impact économique proprement dit de la manifestation apparaît également mineur si l'on en juge par le niveau relativement faible du multiplicateur de revenu touristique affiché et par la médiocre incidence de l'évènement sur la croissance économique de la Guadeloupe.

Par conséquent, cette manifestation n'exerce pas une influence quantitative significative sur l'ensemble de l'économie Guadeloupeenne et ce, en raison d'un fort taux de fuite régionale qui découle pour l'essentiel de l'ampleur des importations dérivées, et du caractère faiblement intégré de l'économie locale. Enfin, toutes choses égales par ailleurs, comparée en termes de 'rentabilité' et de compétitivité à d'autres manifestations sportives et culturelles de la Caraïbe, les impacts économiques de la route du rhum sont notoirement inférieurs à celles-ci (voir tableau 8) et notamment à celles de : la semaine de la voile à Antigua (sailing week), des tournois internationaux de golf et de cricket organisés à la Barbade, à la Jamaïque et aux Bermudes, du cropover de la Barbade, carnaval célébrant annuellement la fin de la récolte de la canne à sucre, du reggae sunplash de la Jamaïque, festival d'une durée de cinq nuits à la gloire du reggae et à ses plus grandes stars, du carnaval de Trinidad et Tobago, du festival du merengue de la République Dominicaine etc..

Tableau 8 : Impacts économiques comparatifs de quelques évènements sportifs et culturels dans la Caraïbe (1998).

## Etude sur les Impacts Economiques de la Route du Rhum...

Carnaval de Trinidad de Ste Lucie (2002) Budget (millions US\$)	Festival de Jazz de Barbade rhum	Cropover	Route du		
	2.0	1.55	1.021	3.8	
Arrivées de visiteurs	32071	9929	4428	3000	
Part dans les arrivées annuelles	9.2	3.9	0.86	0.57	
Dépenses des visiteurs étrangers (millions \$)	14.08	14.15	2.42	1.4	
Ratio coût-bénéfice (dépenses visit/budget)	704	913	237	36	

Sources : ITC Executive Forum (2005) et calculs de l'auteur

Le principal enseignement qui émerge de ce tableau est que la route du rhum, par rapport à d'autres événements de la Caraïbe est à l'évidence une manifestation sportive 'no profitable' et 'no competitive' si l'on se base par le faible ratio coût-bénéfice qu'elle réalise, ratio qui ne lui permet pas de couvrir par les recettes touristiques l'ensemble des dépenses d'investissement, d'organisation et d'animation qu'exige cette attraction. Par conséquent, la question de l'efficacité de ces dépenses et de leur rendement doit être posé aujourd'hui plus que jamais.

En revanche, on constate que la plupart des festivals et carnivals de la Caraïbe ont un bon retour sur investissement et génèrent un chiffre d'affaires qui représente le plus souvent plus de 10% de la dépense touristique annuelle, faisant ainsi de ces activités le pivot des industries culturelles de ces destinations. Enfin, ce tableau nous enseigne également que parmi les pays analysés, l'évènement culturel qui présente le ratio coût-bénéfice le plus élevé est le festival de jazz de Ste Lucie avec 9.1, le carnaval de Trinidad et Tobago est classé second avec un ratio de 7, le cropover de la Barbade affiche un ratio de 2, tandis que la route du rhum, évènement sportif ne réalise qu'un ratio de 0.3.

### Conclusion

Cette étude s'est attachée à saisir l'impact de la route du rhum sur l'économie de la Guadeloupe en ayant recours à trois approches : deux en niveau, dont l'une détermine les multiplicateurs input-output par application d'un TES de l'économie Guadeloupeenne, et l'autre, les valeurs du multiplicateur de la base, par utilisation des résultats d'une méta-analyse.

La troisième approche qui est dynamique, spécifique à l'aide d'un modèle économétrique, l'influence d'un certain nombre de variables (dont celle relative à la route du rhum) sur la croissance économique de la Guadeloupe. **Les résultats obtenus convergent et montrent que malgré la forte couverture médiatique de l'évènement, la ferveur sportive suscitée, et l'importance des sommes consacrées à son organisation, globalement les retombées économiques de la manifestation, et plus particulièrement ses effets d'entraînement sur le tissu productif local sont faibles**, en raison notamment du faible degré d'intégration du territoire autour de sa structure productive (plus le degré d'intégration est fort et plus les fuites sont faibles).

L'analyse révèle également qu'au plan touristique, cet évènement est avant tout perçu comme un vecteur de communication et de notoriété, or **la route du rhum, manifestation franco française par excellence subit en**

termes de fréquentation touristique un effet de débordement ou de contagion négatif (spillover effect) résultant du déficit d'image qu'accuse depuis plusieurs années la destination Guadeloupe sur le marché du tourisme international en général et sur celui de la France en particulier.

A cela, ajoutons que les ménages Français dont plus de 30% constituent une clientèle 'affinitaire', séjournant aux Antilles en famille et chez des amis ne considèrent plus la Guadeloupe et la Martinique comme des destinations élitistes, préférant pour des raisons tenant à de meilleurs rapports qualité/prix affichés dans d'autres pays, orienter leur choix de vacances sur d'autres lieux et d'autres événements.

De plus, le développement touristique du territoire n'est pas la priorité de l'organisateur, l'impact touristique de l'évènement est alors considéré comme un effet induit, marginal par rapport à sa finalité première qui est avant tout sportive. Aussi, le 9e anniversaire de la route du rhum (2010) devrait être l'occasion pour les autorités nationales et locales d'envisager une nouvelle manière de gérer cet évènement afin d'aborder avec franchise les véritables enjeux de cette manifestation.

Dans ces conditions, il est nécessaire de disposer à l'avenir d'une meilleure visibilité sur la valeur ajoutée touristique de l'évènement, de mieux évaluer au plan local ses retombées touristiques et économiques, et de sortir définitivement du seul schéma : médiatisation - fréquentation - consommation proposé jusqu'ici.

Cette étude, si elle a permis d'évaluer sous différentes formes les effets multiplicateurs des dépenses effectuées à l'occasion de la route du rhum, elle mérite cependant d'être complétée dans le futur par une recherche nouvelle, portant cette fois sur une analyse coût-bénéfice plus approfondie de la manifestation, analyse qui combinerait à la fois les effets économiques et environnementaux de l'évènement.

Enfin, étant donné les rares opportunités et possibilités de diversification de l'économie Guadeloupéenne, nous recommandons d'entreprendre dans le cadre de l'activité touristique, une stratégie de diversification verticale, visant à regrouper en grappes (clusters) les principales entreprises de ce secteur, de manière à maximiser l'ensemble de la chaîne de valeur les concernant. Ainsi, l'impact économique d'évènements comme celui de la route du rhum serait élargi à un plus grand nombre d'acteurs, améliorant en même temps les retombées économiques de cette attraction ainsi que les multiplicateurs de production, de revenu, de valeur ajoutée, et d'emploi qui y sont attachés.