

COMPTE SATELLITE DU TOURISME
DE MARTINIQUE 2006 – 2019

INTRODUCTION.....	3
1. SYNTHÈSE : LES PRINCIPAUX RESULTATS DU CST DE MARTINIQUE.....	5
2. DEPENSES, CONSOMMATION ET PRODUCTION TOURISTIQUE EN MARTINIQUE.....	7
2.1. Consommation Touristique = Demande Touristique.....	7
2.2. La Consommation Touristique Intérieure de la Martinique.....	7
3. LE COMPTE DE PRODUCTION DU TOURISME EN MARTINIQUE.....	11
4. EFFETS ET IMPACT ECONOMIQUES DU TOURISME EN MARTINIQUE.....	15
4.1. Effet complet du tourisme en Martinique.....	16
4.1.1. <i>Effet complet du Tourisme en Martinique : l'approche par la Demande.</i>	17
4.1.2. <i>Effet complet du Tourisme en Martinique : l'approche par l'Offre</i>	19
4.2. Le poids du tourisme.....	23
4.3. Le rendement du tourisme.....	25
ANNEXE 1 : METHODE D'ÉVALUATION DE LA DEMANDE/CONSOMMATION TOURISTIQUE INTERIEURE.....	28
ANNEXE 2 : METHODE D'ÉVALUATION DU COMPTE DE PRODUCTION DU TOURISME.....	48
ANNEXE 3 : MÉTHODE D'ÉVALUATION DES EFFETS INDIRECT ET INDUIT DE TOURISME EN MARTINIQUE.....	50
ANNEXE 4 : LES RATIOS DE POIDS DU TOURISME ET LEUR INTERPRETATION.....	52

INTRODUCTION

L'évaluation des effets économiques de l'activité touristique en Martinique est une dimension inhérente de la mission statutaire d'« observation, de veille et d'analyse » du Comité Martiniquais du Tourisme (CMT). Dans cette perspective et aussi parce qu'il constitue un outil de conduite des politiques publiques du tourisme, l'élaboration du Compte Satellite du Tourisme de Martinique (CST) s'inscrit naturellement dans les travaux du CMT. Le CST de Martinique contribue également aux travaux de la Commission d'Observation d'Atout France.

Elaboré par l'Observatoire Économique du Tourisme du CMT(OET), le CST de Martinique expose les différents tableaux qui permettent de reconstituer une branche « Tourisme » pour la période 2006-2019, dans le cadre des Comptes Macroéconomiques Régionaux (CMER). Ainsi, le CST de Martinique est l'outil qui permet d'évaluer l'importance du Tourisme Intérieur¹ au regard de son poids², relativement aux des indicateurs macroéconomiques décrivant l'économie de la Martinique. La reconstitution de la branche tourisme s'appuie sur la Consommation Touristique : les consommations effectuées par les visiteurs internationaux (Tourisme Récepteur) et par les des résidents, lors des déplacements touristiques (tourisme interne).

Au plan méthodologique, le CST de Martinique est construit :

- **Selon les prescriptions de l'Organisation Mondiale du Tourisme** réunies dans sa publication intitulée « Compte Satellite du Tourisme : Recommandations concernant le cadre conceptuel 2008 » (CSTOMT2008)³, qui dégage les principaux agrégats permettant d'apprécier les effets économiques directs du tourisme :
 - Dépenses et Consommation du Tourisme Intérieur,
 - Valeur Ajoutée Brute des Industries du Tourisme (VABIT)⁴,
 - Valeur Ajoutée Brut Du Tourisme (VABDT)⁵,
 - Produit Intérieur Direct du Tourisme (PIBDT)⁶,
 - Emploi du Tourisme ;
- **Conformément aux principes d'élaboration des Comptes Satellites** (SCN adopté par l'ONU, l'Union Européenne, la Banque Mondiale et l'OCDE⁷), et s'inscrit dans le cadre des Comptes Macroéconomiques Régionaux produits par l'INSEE (CMER). Ainsi le CST de Martinique :

¹ Tourisme Récepteur + Tourisme Interne.

² Qui dérive des ses effets multiplicateur, direct, indirect et induit.

³ https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1f.pdf

⁴ CSTOMT2008 : « La Valeur Ajoutée Brute des Industries du Tourisme (VABIT) additionne simplement la valeur ajoutée brute totale de tous les établissements des industries du tourisme, indépendamment de la question de savoir si toute leur production est fournie aux visiteurs et du degré de spécialisation de leur processus de production ».

⁵ CSTOMT2008, page 48 : « La Valeur Ajoutée Brute Directe du Tourisme (VABDT) [est la] somme de la part de la valeur ajoutée brute générée par les industries du tourisme et les autres industries de l'économie directement au service des visiteurs en réponse à la consommation du tourisme intérieur ».

⁶ CSTOMT2008, page 50 : « Le PIBDT est la part du PIB directement attribuable à la consommation du tourisme intérieur, [soit] la part de la valeur ajoutée engendrée par toutes les industries en réponse à la consommation du tourisme intérieur plus le montant des impôts nets sur la production et les importations inclus dans la valeur de cette dépense aux prix d'acquisition.

⁷ <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/sna2008fr.pdf>

<https://tableau-entrees-sorties.fr/comptes-satellites/#3>

<https://statswiki.unece.org/display/SAOI/Satellite+Accounts+-+Online+Inventory+Home?preview=/267060175/267061230/02%20In-depth%20review%20of%20satellite%20accounts.pdf>

- En tant que « branche reconstituée » étaye la comparaison des agrégats du tourisme et globaux de la Martinique, sur le contrôle des équilibres Emploi / Ressources (Offre/Demande) des consommations et productions du tourisme⁸,
- Procède à l'évaluation des effets indirects et induits via des multiplicateurs calculés sur la base des comptes de branches des Comptes Économiques Régionaux publiés par l'INSEE.

Les données statistiques qui charpentent l'élaboration du CST de Martinique sont issues de trois sources :

- Les Enquêtes aux Frontières réalisées annuellement par le CMT ;
- Les publications de l'INSEE relatives :
 - Aux Comptes Economiques Régionaux : « Comptes Economiques Définitifs 2014 et 2018 de Martinique »⁹,
 - A la consommation des ménages en Martinique : « Enquête Budget de Famille en Martinique en 2006 »¹⁰, « La consommation des ménages dans les DOM en 2017 »¹¹) ;
- Un article issu d'un journal de publications universitaires : « La consommation des ménages dans la France d'outre-mer : quelles disparités avec la métropole ? »¹².

En s'appuyant sur le cadre méthodologique précédemment rappelé, trois étapes organisent ce rapport dédié au CST de Martinique. Une première étape évalue le premier agrégat du CST de Martinique : la Demande Touristique. Partant de l'hypothèse d'égalité de la Demande et de la Production touristique, la seconde bâtit le Compte de Production Touristique (CPT), qui permet l'évaluation des 4 autres agrégats retenus par le CSTOMT2008. Le troisième temps expose l'impact économique du tourisme, principalement via son poids relativement aux agrégats macroéconomiques de l'économie de la Martinique. Chacune de ces étapes constituent les trois sections du CST de Martinique ; qui débute par une synthèse qui en expose les principaux résultats.

⁸ Les Productions de la Branche Tourisme devant au plus égalier celles des Branches et Produits dont elles sont issues.

⁹ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4274143?sommaire=4274145> ; <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6323323?sommaire=6323325>.

¹⁰ <http://194.254.37.136/jspui/handle/1/5424>

¹¹ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4257970?sommaire=4257987>

¹² <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/11323#ftn7>

1. SYNTHÈSE : LES PRINCIPAUX RESULTATS DU CST DE MARTINIQUE

Il ressort du CST de Martinique les trois séries de résultats ci-dessous :

1. Évaluation des agrégats touristiques. En 2019, la Consommation du Tourisme Intérieure qui équivaut à la **Production du Tourisme Intérieur (PTI) atteint 1,02 milliards d'€**, dont 52,3 % issus du tourisme d'exportation (le tourisme récepteur). La PTI génère **directement** :

- Un PIB Direct du Tourisme (**PIBDT) de 485 millions d'€**, dont 49,3 % engendré par le du tourisme d'exportation ;
- **4 382 emplois salariés**, dont 49,1 % relevant du tourisme d'exportation.

Entre 2006 et 2019, l'ensemble des agrégats touristiques ont nettement augmenté et à un rythme supérieur aux agrégats globaux de la Martinique ; positionnant le tourisme et en particulier le tourisme d'exportation comme un facteur dynamisant de l'économie de la Martinique. Le tableau 1 récapitule pour l'année 2019, les agrégats touristiques et leur évolution entre 2006 et 2019.

Tableau 1 : Les agrégats touristiques et leur évolution entre 2006 et 2019

AGREGATS TOURISTIQUES	2019	Var. 2006-2019 en %
CTI = PTI (Millions €)	1022	+ 45,7
<i>Tourisme récepteur</i>	535	+ 73,3
<i>Tourisme Interne</i>	487	+ 23,9
VABIT (Millions €)	1372	+ 23,4
VABDT (Millions €)	456	+ 40,9
<i>Tourisme récepteur</i>	224	+ 64,8
<i>Tourisme Interne</i>	232	+ 23,7
PIBT (Millions €)	485	+ 38,8
<i>Tourisme récepteur</i>	239	+ 60,2
<i>Tourisme Interne</i>	246	+ 22,9
Emploi Touristique (Nbre emplois salariés)	4 382	+ 17,7
<i>Tourisme récepteur</i>	2 153	+ 37,6
<i>Tourisme Interne</i>	2 228	+ 3,3

Ces agrégats précédents matérialisent l'effet direct du tourisme.

2. Impact économique et Poids du tourisme. En 2019, la Production Touristique Intérieure génère un PIB Touristique complet (suite aux effets directs et complémentaires¹³), soit un **revenu macroéconomique pour l'économie martiniquaise compris entre 1,351 milliards d'€ et 1,396 milliards et crée entre 12 500 et**

¹³ Effet complet = Effet Direct + Effet complémentaire. Effet complémentaire = Indirect + induit dans une approche par l'Offre. Effet complémentaire = Indirect + multiplicateur au terme d'une approche par la Demande.

13 000 emplois salariés¹⁴. Au plan du tourisme d'exportation, 100 € de dépenses touristiques, génère un PIBT complet compris 127 € et 134 € de PIB, et il faut 87 visiteurs touristes pour créer un emploi ; chaque visiteurs générant 1 300 € de PIB pour l'économie martiniquaise. Le tableau 2 récapitule l'effet complet de l'activité touristique en termes de PIBT et d'emplois salariés pour l'année 2019.

Tableau 2 : Effet Complet de l'activité touristique en termes de PIB et d'emplois salariés en 2019, selon les deux approches méthodologiques

	Effet de la Consommation-Production Touristique Intérieur(e)			
	Direct	Indirect	Induit	Complet
APPROCHE DEMANDE				
PIB (millions €)	1 064,6	286,2		1 350,8
<i>Tourisme Récepteur</i>	<i>557,0</i>		<i>149,8</i>	<i>706,8</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>507,5</i>		<i>136,5</i>	<i>644,0</i>
Emploi Touristique	9 816	3 164		12 980
<i>Tourisme Récepteur</i>	<i>5 136</i>		<i>1 656</i>	<i>6 792</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>4 680</i>		<i>1 508</i>	<i>6 188</i>
APPROCHE OFFRE				
PIB (millions €)	485,0	601,5	308,0	1 395,6
<i>Tourisme Récepteur</i>	<i>238,6</i>	<i>330,6</i>	<i>146,5</i>	<i>717,2</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>246,4</i>	<i>270,9</i>	<i>161,5</i>	<i>678,4</i>
Emploi Touristique	4 382	5 434,2	2 782	12 598
<i>Tourisme Récepteur</i>	<i>2 153</i>	<i>2 986,9</i>	<i>1 322</i>	<i>6 462</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>2 228</i>	<i>2 447,2</i>	<i>1 460</i>	<i>6 136</i>

3. **Le poids du tourisme.** Limité aux effets directs le poids du tourisme peut diversement être apprécié ; sur une échelle qui va de 5 % à 62 % selon l'approche adoptée, les agrégats touristiques et ceux relatifs à l'économie dans son ensemble. Toutefois, les estimations convergentes en provenance d'approches méthodologiques différentes inclinent à retenir les effets complets du tourisme pour mesurer le poids de l'activité touristique dans l'économie de la Martinique. Dans cette perspective, deux indicateurs peuvent être retenus :

- **Le rapport du PIBT complet au PIB total de la Martinique**, d'où il résulte que le tourisme génère au terme des effets direct et complémentaire, entre **15 et 16 % du revenu macroéconomique de la Martinique en 2019**. Le poids du PIB Touristique complet est relativement stable puisqu'il était de 13 % en 2006 ;
- **Le rapport Emplois salariés Touristiques / Emplois salariés Total**, d'où il résulte que le tourisme génère, suite aux effets direct et complémentaire de la CTI, **11 % de l'emploi salarié de la Martinique en 2019**. Le poids Emploi complet du tourisme relativement stable puisque ce ratio était de 8,5 % en 2006.

Enfin, ces travaux révèlent que le rendement de la Production Touristique est décroissant ; sa variation étant généralement supérieure à celle de ses effets.

¹⁴ Similairement au PIB : Effet emploi complet = Effet emploi Direct + Effet emploi complémentaire. Effet Emploi complémentaire = Emploi Indirect + Emploi Induit dans une approche par l'Offre. Effet complémentaire = Emploi Indirect + Emploi suite à l'Effet multiplicateur au terme d'une approche par la Demande.

2. DEPENSES, CONSOMMATION ET PRODUCTION TOURISTIQUE EN MARTINIQUE

Ainsi que le signale le CSTOMT2008, l'évaluation de la Consommation Touristique Intérieure (CTI) constitue la première étape de l'élaboration d'un CST ; la CTI étant égale à la Production Touristique (PT), une fois extraites les taxes à la consommation, elle permet ensuite d'évaluer la VABDT, puis le PIBT.

Cette section débute par l'exposé du positionnement méthodologique retenu pour l'évaluation de la CTI de Martinique. La présentation du premier agrégat du CST de Martinique : la CTI, fait l'objet de la seconde sous-section.

2.1. Consommation Touristique = Demande Touristique

Le CSTOMT2008 distingue CTI et Demande Touristique Intérieure (DTI). La première complète la seconde par des « consommations imputés » et des opérations non monétaires (trocs, autoproduction, loyers des maisons de vacances....) d'où il résulte que la CTI est supérieure à la DTI. Ces consommations imputées doivent faire l'objet d'estimations et n'ont pas nécessairement de contrepartie dans les Comptes Macroéconomique Régionaux (CMER) ; en particulier dans la Consommation Finale des Ménages (y compris avec la correction territoriale). Des lors rapporter la CTI, la VABDT et le PIBT aux agrégats des CMER conduit à une surévaluation du poids de l'activité touristique¹⁵. Aussi, le CST de Martinique a été élaboré en bornant la CTI à la Demande Touristique (DTI)¹⁶. Ce choix méthodologique fournit une mesure rigoureuse du poids du tourisme conformément au cadre méthodologique retenu, en introduction, pour le CST de Martinique : constituer le tourisme en tant que branche reconstituée, afin d'évaluer l'importance de l'activité touristique dans le cadre des CMER, en s'appuyant sur les équilibres Emploi/Ressources.

2.2. La Consommation Touristique Intérieure de la Martinique

Conformément au CSTOMT2008, la CTI doit être évaluée Hors Taxes. En 2019, la CTI HT (CTI HT) s'élève à 1 021 millions d'€. La Consommation Touristique du Tourisme Récepteur (CTTR HT), celle générée par les visiteurs extérieurs concentre 52,4 % de la CTI HT. 2019 est une année particulière, puisque de 2006 à 2018, la Consommation Touristique du Tourisme Interne (CTInt HT), celle générée par les résidents martiniquais, totalise plus de 50 % de la CTI HT¹⁷. Les taxes générées par l'activité touristique s'élèvent à 43 millions d'€ en 2019, d'où une CTI TTC qui atteint 1 064 millions d'€ cette même année.

Entre 2006 et 2019, la CTI HT a augmenté de 45,6 % soit une progression annuelle moyenne 2,9 % ; principalement sous l'impulsion de CTTR HT (qui augmente de 73,3 % au cours de la période, soit 4,3 % l'an en moyenne ; la CTInt HT progressant de 1,7 % l'an en moyenne). Ces évolutions ne furent pas linéaires. 2014 semble achever un premier cycle et entamer un mouvement de croissance continue, moins prononcé pour la CTInt HT.

Conformément aux recommandations du CSTOMT2008, cette seconde sous-section dégage le premier agrégat du CST de Martinique : la Consommation du Tourisme Intérieur (CTI HT), dont l'évolution et la composition sont exposées par le tableau 3 et la figure 1.

¹⁵ Cf. 2.35 dans CSTOMT2008 : Recommandations concernant le cadre conceptuel 2008 (page 20).

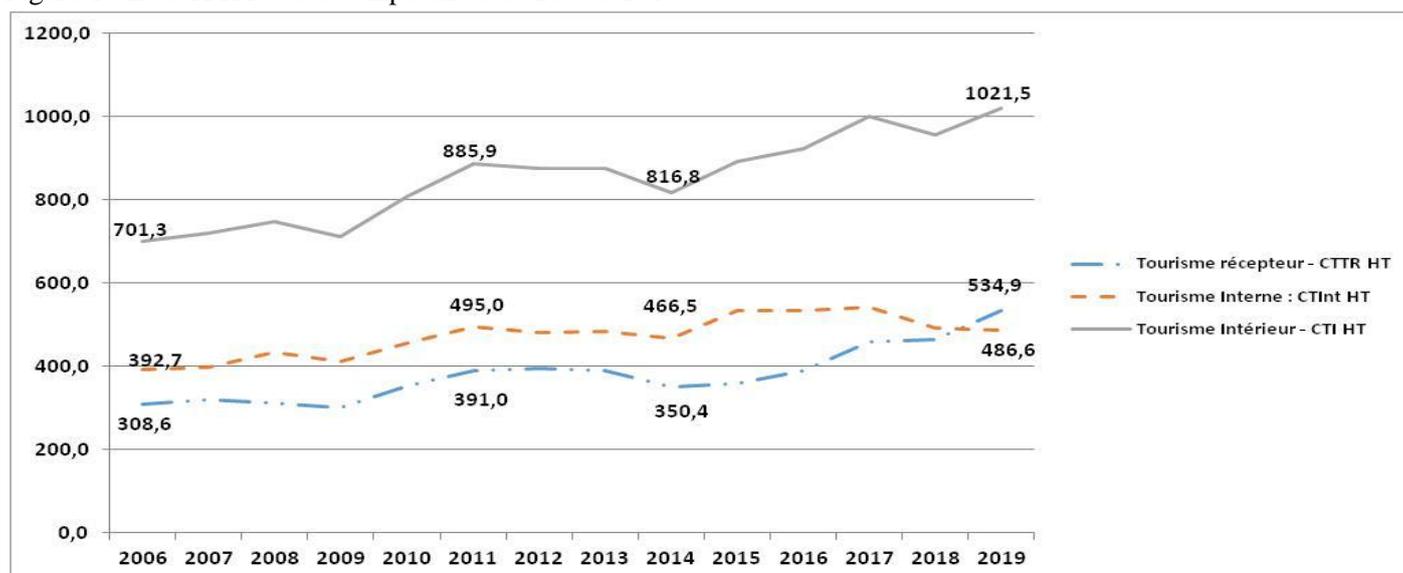
¹⁶ Aussi sont indifféremment usités les termes DTI et CTI dans la suite du rapport.

¹⁷ Les comptes CEROM 2019 et 2018 laissent apparaître une diminution de 1,2 % de la Consommation Finale des Ménages, que ne compense pas la quasi-stabilité du nombre de ménages.

Tableau 3 : La CTI HT et ses composantes de 2006 à 2019

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tourisme récepteur - CTTR TTC	326,8	338,0	333,4	316,3	369,1	407,7	413,5	410,1	368,0	377,3	408,1	481,1	486,8	557,0
Tourisme Interne : CTInt TTC	417,9	419,0	462,9	433,2	476,3	515,4	500,7	506,9	486,2	556,1	556,1	565,1	513,8	507,5
Tourisme Intérieur - CTI TTC	744,7	757,0	796,3	749,6	845,3	923,1	914,2	917,0	854,2	933,4	964,2	1046,2	1000,5	1064,6
% CTTR TTC	43,9	44,6	41,9	42,2	43,7	44,2	45,2	44,7	43,1	40,4	42,3	46,0	48,7	52,3
% CTInt TTC	56,1	55,4	58,1	57,8	56,3	55,8	54,8	55,3	56,9	59,6	57,7	54,0	51,3	47,7
Taxes sur CTTR	18,2	16,6	19,9	16,2	15,9	16,7	18,7	19,8	17,6	17,1	18,5	21,3	21,8	22,1
Taxes sur CTInt	25,2	20,8	27,4	21,6	20,0	20,4	20,3	21,1	19,8	22,6	22,6	23,3	21,2	20,9
Taxe sur CTI	43,4	37,5	47,3	37,9	35,9	37,2	39,0	40,8	37,4	39,8	41,1	44,6	43,0	43,0
Tourisme récepteur - CTTR HT	308,6	321,3	313,5	300,1	353,2	391,0	394,8	390,4	350,4	360,2	389,6	459,8	465,0	534,9
Tourisme Interne : CTInt HT	392,7	398,2	435,5	411,6	456,3	495,0	480,4	485,8	466,5	533,4	533,4	541,8	492,6	486,6
Tourisme Intérieur - CTI HT	701,3	719,5	749,0	711,7	809,4	885,9	875,2	876,2	816,8	893,7	923,0	1001,6	957,6	1021,5
% CTTR HT	44,0	44,7	41,9	42,2	43,6	44,1	45,1	44,6	42,9	40,3	42,2	45,9	48,6	52,4
% CTInt HT	56,0	55,3	58,1	57,8	56,4	55,9	54,9	55,4	57,1	59,7	57,8	54,1	51,4	47,6

Figure 1 : La CTI HT et ses composantes de 2006 à 2019



Le mode d'évaluation de la CTI (TTC et HT) et sa répartition annuelle par produits et par type de tourisme sont présentés en Annexe 1.

La CTTR HT a progressé plus rapidement que le flux touristique récepteur (+ 73,3 % pour 43,7 %) ; d'où une augmentation de la consommation moyenne par visiteur nominale et réelle¹⁸. Par ailleurs, le flux touristique a concentré entre 63 % et 73 % des entrées (aérienne et maritime) sur le territoire entre 2006 et 2019.

La CTI HT est majoritairement composée de Produits caractéristiques du tourisme ; au moins 94 % au cours de la période étudiée. L'hébergement et la restauration totalisent au moins 51 % de la CTI HT au cours de la période (57,1 % en 2019). Proportionnellement le troisième plus important poste de consommation touristique est constitué de l'ensemble des activités de loisirs, réuni sous la dénomination générique de « Services sportifs et autres services récréatifs ». Le tableau 4 répartit la CTI HT par les catégories de produits retenus par le CSTOMT2008.

¹⁸ L'indice des prix à la consommation ayant progressé de 16,5 % sur la période.

Tableau 4 : Répartition par produits selon la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5 du CSTOMT2008) de la CTI HT entre 2006 et 2019.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	664,8	687,2	707,2	671,7	758,6	841,1	830,2	802,9	769,2	842,0	866,7	949,8	902,1	995,0
1. Services d'hébergement des visiteurs	203,0	222,1	213,1	200,6	223,1	283,1	296,9	287,8	251,2	266,8	276,9	325,7	322,7	357,6
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	124,3	140,9	121,1	135,2	141,6	173,6	167,7	142,8	110,8	117,6	122,1	121,6	126,5	130,7
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	78,7	81,3	92,0	65,4	81,5	109,5	129,2	145,0	140,5	149,1	154,8	204,1	196,3	226,9
2. Services de restauration	171,0	170,0	184,2	171,5	193,1	216,7	206,4	205,0	199,8	223,9	227,7	236,4	207,5	225,6
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	5,7	4,8	4,4	6,2	4,5	5,7	5,8	2,8	4,5	5,1	6,5	6,6	6,1	55,2
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	2,1	1,2	2,5	2,9	3,9	5,1	4,0	3,5	10,2	10,2	11,0	2,7	5,3	20,7
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	52,6	61,7	54,4	51,4	64,8	66,2	66,9	61,3	57,5	57,8	61,9	74,7	76,2	60,7
8. Agences de voyage et autres services de réservation	58,1	58,9	64,0	60,4	70,9	69,1	67,0	67,6	64,8	75,3	75,4	82,3	75,0	73,8
9. Services culturels	13,3	13,8	12,0	13,8	14,0	16,8	15,9	13,8	10,8	10,7	11,4	8,5	9,3	8,5
10. Services sportifs et autres services récréatifs	129,4	130,7	144,8	138,3	155,2	149,3	146,3	145,8	143,4	164,1	165,4	181,7	167,5	159,4
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	24,6	20,2	22,1	22,3	23,6	24,2	16,1	11,6	18,2	19,3	20,8	22,4	29,6	8,5
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	5,0	3,7	5,7	4,2	5,7	5,0	5,0	3,8	9,0	9,0	9,6	8,8	2,9	24,9
A.2. Autres produits de consommation	36,5	32,3	41,8	40,1	50,8	44,8	45,0	73,2	47,6	51,7	56,4	51,8	55,4	26,5
TOTAL	701,3	719,5	749,0	711,7	809,4	885,9	875,2	876,2	816,8	893,7	923,0	1001,6	957,6	1021,5

Cinq postes distinguent les structures de consommation touristique réceptrice et interne :

- Les Services d'hébergement et de location de matériel de transport sont proportionnellement plus importants chez les visiteurs en provenance de l'extérieur ;
- Les Services de restauration, d'agences de voyage (et autres services de réservation) et de loisirs sportifs et récréatifs, sont comparativement plus consommés par les résidents.

Le tableau 5 expose les structures de consommation des visiteurs extérieurs et des résidents.

Tableau 5 : Répartition par produits selon la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5) et par type de tourisme de la CTI HT entre 2006 et 2019.

	2006		2012		2019	
	Récepteur	Interne	Récepteur	Interne	Récepteur	Interne
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	88,2	100,0	88,6	100,0	95,0	100,0
1. Services d'hébergement des visiteurs	37,8	22,0	47,0	23,2	46,8	22,1
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	23,2	13,5	26,5	13,1	17,1	8,1
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	14,7	8,5	20,4	10,1	29,7	14,0
2. Services de restauration	13,5	32,9	9,9	34,8	12,1	33,1
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	1,9	0,0	1,5	0,0	10,3	0,0
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	0,7	0,0	1,0	0,0	3,9	0,0
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	17,0	0,0	17,0	0,0	11,4	0,0
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	14,8	0,0	13,9	0,3	14,9
9. Services culturels	4,3	0,0	4,0	0,0	1,6	0,0
10. Services sportifs et autres services récréatifs	3,3	30,3	2,9	28,1	2,5	30,0
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	8,0	0,0	4,1	0,0	1,6	0,0
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	1,6	0,0	1,3	0,0	4,7	0,0
A.2. Autres produits de consommation	11,8	0,0	11,4	0,0	5,0	0,0
TOTAL	100	100	100	100	100	100

La répartition annuelle détaillée par produits et par type de tourisme est présentée en Annexe 1.

Parce qu'elle est intrinsèquement dépendante de la présence du visiteur, la consommation touristique est concomitante de la production touristique ; d'où l'égalité immédiate de la consommation touristique et de la production touristique¹⁹. Ainsi, le tableau 4 présente à la fois la CTI et la Production Touristique Intérieure (PTI).

L'annexe 1 explicite les équilibres Emploi / Ressources (Offre / demande) qui attestent la cohérence des estimations de la CTI et de la Production Touristique avec les CMER.

En partant que l'égalité de la CTI HT avec la PTI, la section suivante bâtit le Compte de Production Touristique (CPT).

¹⁹ La notion de stock de produit touristique est difficilement concevable d'abord parce qu'elle est principalement composée de services par principe non stockables ; ensuite et eu égard à la nécessité de la présence du visiteur, il s'ensuivrait l'existence d'un « stock d'invendus de visiteurs » dont la cohérence conceptuelle et la validité réelle est très questionnable.

3. LE COMPTE DE PRODUCTION DU TOURISME EN MARTINIQUE

Le Compte de Production du Tourisme (CPT) est le Compte de Production de la branche Tourisme reconstituée sur la base de la CTIHT. Il indique « comment le revenu est généré, distribué et utilisé au sein de l'économie »²⁰, soit les modalités de genèse de la Valeur Ajoutée, à partir de la production, et sa répartition entre les différents facteurs de production : Travail, Etat, Capital. Le CPT dégage la Valeur Ajoutée générée par l'activité touristique. Il reproduit la structure des comptes de production des branches du CMER et détaille les agrégats de la branche Tourisme ; de la Production à l'Excédent Brut d'Exploitation.

L'annexe 2 explicite le mode d'élaboration du CPT et indique le mode d'évaluation des quatre agrégats retenus par le CSTOMT2008 :

- Valeur Ajoutée Brute des Industries du Tourisme (VABIT),
- Valeur Ajoutée Brute Du Tourisme (VABDT),
- Produit Intérieur Direct du Tourisme (PIBDT),
- Emploi Touristique.

La VABDT et les PIBT sont les agrégats les plus généralement utilisés pour mesurer la contribution économique directe du tourisme dans l'économie ; puisqu'ils mesurent le revenu directement généré par la CTI. La VABIT est l'expression d'une approche par l'offre ; où dès qu'une branche fournit les visiteurs, elle est considérée comme touristique. Afin de nuancer la lecture de la VABIT, il convient de rappeler que la Production Touristique en Martinique (= CTI) a totalisé entre 27 % et 32 % de la production totale des branches composant les industries touristiques de Martinique²¹.

En 2019, la VABDT atteint 456 millions d'€, le PIBT 485 millions d'€ et la VABIT 1 372 millions d'€. La VABDT et le PIBT ont respectivement augmenté de 40.9 % et de 38.8 % (moins rapidement que la production touristique qui progressé de 45.6 %). La VABDT du tourisme récepteur a progressé plus rapidement que celle du tourisme interne (4.2 % en moyenne l'an pour 1.8 %). Conséquemment, bien que la VABDT du tourisme interne concentre plus de 50 % de la VABDT totale, sa proportion diminue au cours de la période étudiée (en passant de 58 % de la VABDT totale en 2006 à 51% en 2019). Les évolutions sont voisines au niveau du PIBT. Enfin il convient de noter la relative stabilité de la « touristicité » de l'économie martiniquaise mesurée par le ratio : VABDT / VABIT, qui gagne 4 points en 13 ans. Deux pics de touristicité ont été atteints en 2013 et 2017 comme le signale la figure 2.

Le tableau 5 récapitule l'évolution des postes du CPT de Martinique, ainsi que celle de la VABDT, de la VABIT et du PIBDT.

²⁰ <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/sna2008fr.pdf> - Page 95.

²¹ NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum), NH1 - Transports et entreposage, NI1 - Hébergement et restauration, NM2 - Activités de services administratifs et de soutien, NR1 Autres activités de services.

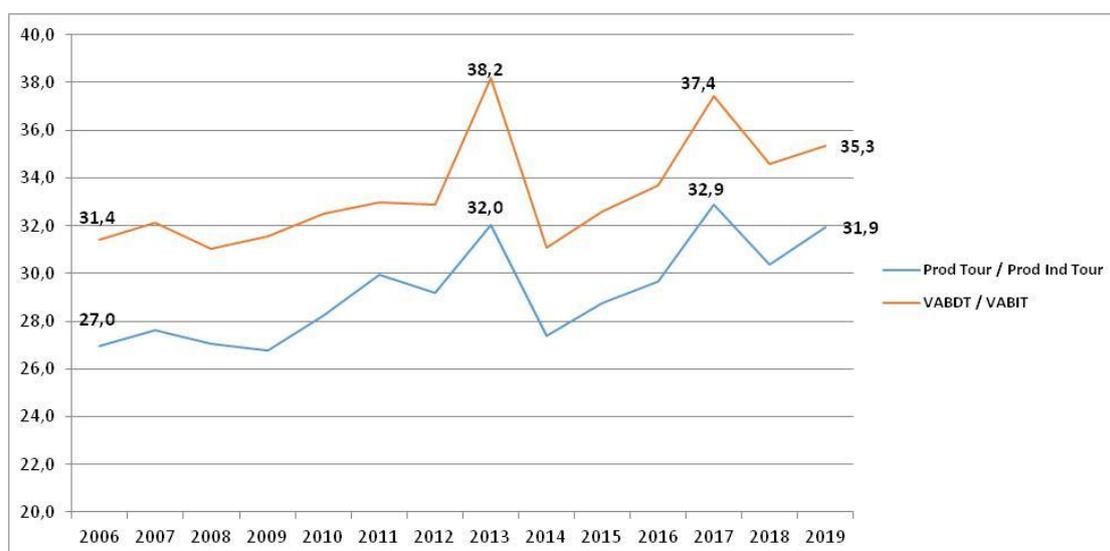
% de la production touristique dans la production des industries du tourisme

Année	%	Année	%	Année	%	Année	%
2006	27,0	2010	28,2	2014	27,4	2018	30,4
2007	27,6	2011	29,9	2015	28,8	2019	31,9
2008	27,1	2012	29,2	2016	29,7		
2009	26,8	2013	32,0	2017	32,9		

Tableau 6 : Compte de Production Touristique selon le type de 2006 à 2019 (en millions d' €)

COMPTE DE PRODUCTION DU TOURISME	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Production Totale	701,3	719,5	749,0	711,7	809,4	885,9	875,2	876,2	816,8	893,7	923,0	1 001,6	957,6	1 021,5
<i>Tourisme récepteur</i>	308,6	321,3	313,5	300,1	353,2	391,0	394,8	390,4	350,4	360,2	389,6	459,8	465,0	534,9
<i>Tourisme Interne</i>	392,7	398,2	435,5	411,6	456,3	495,0	480,4	485,8	466,5	533,4	533,4	541,8	492,6	486,6
Consommation intermédiaire	377,8	390,0	398,7	364,4	424,8	483,3	477,1	472,3	442,5	481,7	498,0	540,9	519,2	565,5
<i>Tourisme récepteur</i>	172,6	181,8	173,8	159,4	191,2	219,4	221,5	213,8	194,2	198,7	215,0	257,3	261,4	310,8
<i>Tourisme Interne</i>	205,2	208,2	224,9	204,9	233,6	263,9	255,5	258,5	248,3	283,0	283,0	283,6	257,8	254,7
Valeur Ajoutée	323,5	329,5	350,3	347,4	384,6	402,6	398,2	403,9	374,4	411,9	425,0	460,7	438,4	456,0
<i>Tourisme récepteur</i>	136,0	139,6	139,7	140,7	162,0	171,6	173,3	176,6	156,2	161,5	174,6	202,5	203,6	224,1
<i>Tourisme Interne</i>	187,5	190,0	210,6	206,7	222,6	231,1	224,9	227,3	218,2	250,4	250,4	258,2	234,8	231,9
Rémunération des salariés	251,3	247,6	259,3	260,1	287,0	304,3	307,1	310,8	282,6	311,3	320,7	343,2	325,2	345,0
<i>Tourisme récepteur</i>	103,4	100,6	98,4	101,7	115,1	123,1	126,0	127,1	111,4	114,7	124,1	142,1	142,1	164,5
<i>Tourisme Interne</i>	147,8	147,1	160,9	158,4	171,9	181,2	181,0	183,7	171,2	196,6	196,6	201,1	183,1	180,5
Impôts sur production	15,4	16,8	17,9	16,4	17,7	18,2	21,0	18,1	19,0	19,6	20,2	21,5	20,5	21,7
<i>Tourisme récepteur</i>	7,2	7,9	7,8	7,3	7,8	8,0	8,6	8,1	7,4	7,5	8,2	9,4	9,5	10,8
<i>Tourisme Interne</i>	8,3	8,9	10,1	9,1	9,9	10,3	12,4	10,0	11,6	12,0	12,0	12,1	11,0	10,9
Subventions sur production	-9,6	-13,1	-11,4	-8,6	-10,0	-10,0	-8,7	-7,1	-8,6	-9,5	-9,8	-10,5	-10,3	-11,2
<i>Tourisme récepteur</i>	-4,5	-6,5	-4,4	-3,9	-4,8	-4,8	-4,2	-3,2	-3,9	-4,3	-4,6	-5,0	-5,3	-6,2
<i>Tourisme Interne</i>	-5,1	-6,6	-7,0	-4,7	-5,2	-5,2	-4,5	-3,9	-4,7	-5,3	-5,3	-5,5	-5,0	-5,0
Excédent brut d'exploitation/Revenu mixte	66,4	78,2	84,5	79,4	89,9	90,1	78,8	82,1	81,4	90,6	94,1	106,7	103,1	100,7
<i>Tourisme récepteur</i>	29,9	37,7	37,9	35,6	43,8	45,2	42,9	44,6	41,3	43,6	47,0	56,2	57,4	55,2
<i>Tourisme Interne</i>	36,5	40,5	46,6	43,8	46,0	44,9	35,9	37,5	40,1	47,1	47,1	50,5	45,6	45,5
VABDT : VA Brute Du Tourisme	323,5	329,5	350,3	347,4	384,6	402,6	398,2	403,9	374,4	411,9	425,0	460,7	438,4	456,0
<i>Tourisme récepteur</i>	136,0	139,6	139,7	140,7	162,0	171,6	173,3	176,6	156,2	161,5	174,6	202,5	203,6	224,1
<i>Tourisme Interne</i>	187,5	190,0	210,6	206,7	222,6	231,1	224,9	227,3	218,2	250,4	250,4	258,2	234,8	231,9
VABIT : VA Brute des Industries du Tourisme	1 112,0	1 095,8	1 190,3	1 175,9	1 264,3	1 290,3	1 283,4	1 123,9	1 273,1	1 333,3	1 335,0	1 307,1	1 352,2	1 372,3
PIBDT : PIB Brut du Tourisme	349,5	352,0	369,5	371,0	411,2	425,5	421,9	429,0	395,7	434,8	449,7	489,2	467,7	485,0
<i>Tourisme récepteur</i>	149,0	150,8	149,4	152,5	175,3	183,0	185,2	189,1	166,8	173,0	187,0	216,8	218,3	238,6
<i>Tourisme Interne</i>	200,5	201,2	220,2	218,4	235,9	242,5	236,7	239,8	228,8	261,9	262,7	272,4	249,4	246,4

Figure 2 : Touristicité (Production Touristique / Production des industries touristiques) et VABDT / VABIT (en %).



Trois enseignements principaux émergent du CPT :

- La branche Tourisme reconstituée est un contributeur net de recettes publiques : de 2006 à 2019, le montant des impôts sur produits payés fut supérieur aux subventions sur produit reçues. La contribution nette double quasiment durant la période²², pour atteindre 10,5 millions d'€ en 2019 ;
- La valeur Ajoutée est principalement utilisée à la rémunération du travail, qui en a concentrée au moins 74 % de 2006 à 2019. Ainsi le tourisme est l'origine d'une distribution salariale directe de 345 millions de d'€ en 2019 ;
- Au cours de la période étudiée, la part de la rémunération du capital a augmenté (+ 1,5 points) au détriment de celle du travail (- 2 points), pour atteindre 22.1 % de la VABDT en 2019 (soit 100,7 millions d'€), comme le signale le tableau 6.

Tableau 7 : Répartition de la VABDT (en %)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Impôts Net (impôts - Subvention)	1,8	1,1	1,9	2,3	2,0	2,0	3,1	2,7	2,8	2,4	2,4	2,4	2,3	2,3
Rémunération du Travail	77,7	75,1	74,0	74,9	74,6	75,6	77,1	77,0	75,5	75,6	75,5	74,5	74,2	75,7
Excédent brut d'exploitation - Rémunération du Capital	20,5	23,7	24,1	22,9	23,4	22,4	19,8	20,3	21,7	22,0	22,1	23,2	23,5	22,1

En 2019, 4 380 emplois directs salariés ont été générés par le tourisme. Cet effectif a augmenté de 17,7 % depuis 2006. L'emploi touristique a diminué de 16,3 % entre 2006 et 2009, puis a varié autour d'une tendance à la hausse, à partir de 2010. L'augmentation de l'emploi touristique direct est principalement imputable aux emplois issus du tourisme récepteur (+ 37,6 %) ; les emplois issus du tourisme interne augmentant de 3,3 % entre 2006 et 2019.

Entre 2006 et 2019, la progression de l'emploi touristique direct fut inférieure aux augmentations de la PTI (+ 45,7 %), de la VABDT (+ 40,9 %) et du PIBDT (+ 38,8 %). L'emploi touristique direct issu du tourisme récepteur a également moins augmenté que le flux touristique (+ 43,7 %), et comparativement aux autres agrégats liés au tourisme récepteur. Le tableau 5 expose l'évolution de l'emploi direct généré par l'activité touristique entre 2006 et 2019.

Tableau 8 : L'emploi direct généré par l'activité touristique (en nombre d'emplois)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Emploi Total	3 722	3 623	3 777	3 117	3 291	3 599	3 253	3 380	3 770	4 220	4 100	4 378	4 285	4 382
<i>Tourisme récepteur</i>	1 565	1 535	1 507	1 262	1 386	1 533	1 416	1 478	1 572	1 655	1 684	1 924	1 990	2 153
<i>Tourisme Interne</i>	2 157	2 089	2 271	1 854	1 905	2 065	1 837	1 902	2 197	2 565	2 416	2 453	2 295	2 228

Le Compte de Production, Touristique permet d'établir le tableau 9 qui récapitule l'évaluation des agrégats touristiques de l'année 2019. De ce tableau, il résulte que 100 € de Dépenses Touristique ou de CTI, génère de 47,5 € de PIB direct pour l'économie martiniquaise et, que 233 milliers d'€ de CTI crée un emploi salarié. Par ailleurs, 100 € de recettes touristiques d'exportation (CTTR) engendre 42 € de PIB pour l'économie Martiniquaise et produisent 4,2 €

²² Multiplié par 1.8.

d'impôts nets sur produits²³. Il faut 248 milliers d'€ de recettes touristiques d'exportation, soit 263 touristes²⁴ pour créer directement un emploi salarié.

Tableau 9 : Les agrégats touristiques de l'année 2019

CTI (Millions €)	1022
<i>Tourisme récepteur</i>	535
<i>Tourisme Interne</i>	487
VABIT (Millions €)	1372
VABDT (Millions €)	456
<i>Tourisme récepteur</i>	224
<i>Tourisme Interne</i>	232
PIBT (Millions €)	485
<i>Tourisme récepteur</i>	239
<i>Tourisme Interne</i>	246
Emploi Touristique (Nbre emplois salariés)	4 382
<i>Tourisme récepteur</i>	2 153
<i>Tourisme Interne</i>	2 228

Cette seconde section a permis d'évaluer les 5 agrégats du CST de Martinique, qui sont les outils que la section suivante utilise pour analyser l'impact du tourisme sur l'économie de la Martinique.

²³ Impôts de consommation de production - Subvention sur produits.

²⁴ Au niveau de dépense de 2019.

4. EFFETS ET IMPACT ECONOMIQUES DU TOURISME EN MARTINIQUE

La mesure du poids économique du tourisme consiste à rapporter l'un des agrégats issus du CST à un ou plusieurs des agrégats macroéconomiques globaux qui décrivent l'économie de la Martinique. Ce ratio fournit un indice de mesure de l'importance et/ou l'impact économique du tourisme. Il est l'indicateur privilégié de dépendance de l'économie au tourisme puisqu'il détermine l'élasticité de l'agrégat économique global relativement à l'agrégat touristique. Ainsi plus le poids de l'agrégat touristique est élevé et plus le tourisme affecte, impacte les variations de l'agrégat macroéconomique global²⁵ et conséquemment l'économie dans son ensemble ; la sensibilité l'agrégat macroéconomique global aux évolutions de l'agrégat touristique, révélant celle de l'économie à l'activité touristique. Toutefois, la mesure du poids du tourisme varie selon le choix du numérateur et du dénominateur ; rapporter la CTI au PIB global est nécessairement différent du ratio entre le PIBT et le PIB, ou encore de celui de la CTI à la production globale.

Le ratio de poids économique du tourisme peut être effectué avec la valeur brute de l'agrégat touristique ou complété par des effets consécutifs et complémentaires. Dans le premier cas, il s'agit d'impact direct et dans le second, d'impact complet, qui intègre des effets indirects et/ou induits. Ainsi les agrégats issus du Compte de production Touristique sont les outils de la mesure de l'impact économique direct du tourisme.

Le choix des agrégats retenus pour l'évaluation du poids du tourisme renseigne quant à l'orientation théorique qui inspire la mesure de l'importance économique du tourisme. Ainsi le rapport CTI / PIB, le ratio le plus usité pour mesurer le poids du Tourisme dans l'économie, adopte implicitement l'approche keynésienne de la formation du PIB par la demande ; la consommation touristique étant, à l'instar des autres composantes de la demande finale, un élément qui institue la production et conséquemment le PIB. Néanmoins, ce même ratio peut également être lu dans une perspective de l'offre, où il indique la priorité donnée au tourisme par l'économie domestique : la part de production nette (PIB) dédiée à la satisfaction besoins du tourisme intérieur (à ceux des résidents en situation de tourisme et à ceux des visiteurs extérieurs). En outre ce ratio ne renseigne pas sur la nature des processus sectoriels générateurs de la Valeur Ajoutée issue du tourisme. Alternativement le rapport du PIBT au PIB global²⁶ de l'économie relève d'une approche par l'offre, qui considère la CTI comme une production initiale génératrice de la VABDT : qui totalise les revenus des acteurs de l'économie (État, Travail et Capital).

Les deux approches méthodologiques SE distinguent par la conception de la CTI. Dans le cadre de l'approche par la Demande, la CTI est une demande, qui génère du revenu directement et via ses effets multiplicateurs. L'approche par l'Offre considère que la CTI est une production d'où s'extrait une VA.

Les sections 2 et 3 ont dégagé les agrégats qui permettent la mesure du poids direct du tourisme en Martinique. Cette section présente différents ratios de mesure de l'impact économique direct, indirect et induit du tourisme. Une première sous-section évalue les effets indirect et induit tourisme sur la base des agrégats directs. Elle autorise ensuite, dans une seconde sous-section, une estimation variée du poids du tourisme intégrant les effets direct, indirect et induit du tourisme. Une ultime sous-section expose quelques autres indicateurs qui matérialisent également l'importance du tourisme en Martinique.

²⁵ $Elasticité = \frac{\text{Taux de variation de l'Agrégat Touristique}}{\text{Taux de variation de l'Agrégat macroéconomique}} = \frac{\text{Agrégat Touristique}}{\text{Agrégat macroéconomique}} \times \frac{\text{Variation de l'Agrégat Touristique}}{\text{Variation de l'agrégat macroéconomique}} =$
poids de l'Agrégat Touristique × contribution de l'Agrégat Touristique à la croissance de l'agrégat macroéconomique

²⁶ Ou encore de le ratio CTI (=PT) / Production globale de l'économie.

4.1. Effet complet du tourisme en Martinique

L'évaluation de l'effet complet diffère selon l'agrégat touristique adopté pour mesurer l'impact économique du tourisme. Aussi, afin de clarifier l'exposé et faciliter la lecture, les concepts utilisés dans cette section sont les suivants :

- **Dans le cadre de l'approche par la Demande**, la CTI constitue l'Effet économique direct du tourisme. Cet effet direct génère des effets multiplicateurs autrement intitulés effets complémentaires. La somme des effet direct et complémentaire constituent l'effet complet du tourisme (Approche Demande : Effet complet du tourisme = effet direct + effet complémentaires) ;
- **Dans le cadre de l'approche par l'Offre**, le PIBDT (ou la VABDT) constitue l'Effet direct du tourisme. Cet effet direct génère des effets complémentaires égaux aux effets indirect et induit. La somme des effets direct et complémentaires (indirect + induit) constituent l'effet complet du tourisme [Approche Offre : Effet complet du tourisme = effet direct + complémentaires (effet indirect + induit)].

En considérant l'équilibre général macroéconomique²⁷, les effets complémentaires de la CTI sur le PIB sont le surcroît de PIB généré par la demande subséquente engendré par la CTI. Cet effet complémentaire s'obtient via le multiplicateur keynésien du tourisme $\left[\frac{1}{(1-a+m)}\right]$ et est égal à : $CTI \times \frac{a-m}{(1-a+m)}$; avec a la propension marginale à consommer et m la propension marginale à importer²⁸. L'effet complet en termes de PIB de la CTI est égal à : $\frac{CTI}{(1-a-m)}$. L'annexe 3 expose la méthode d'évaluation des propensions à consommer et à importer.

L'approche par l'offre permet une évaluation distincte des effets indirects (issus des Consommations Intermédiaires du compte de Production Touristique) et des effets induits (issus des salaires du Compte de Production Touristique). La figure 3 extraite de Vellas(2011)²⁹ synthétise cette approche.

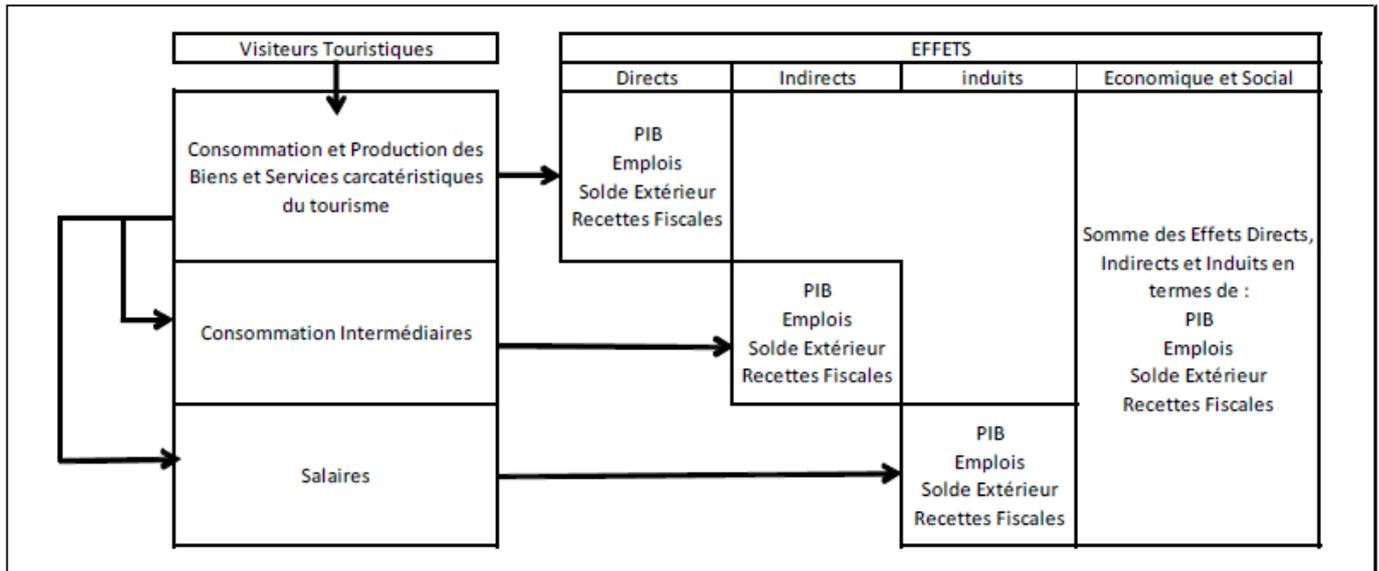
²⁷ PIB = Cons. Fin. Ménages Hors Tourisme + CTI + Consommation des Administrations + Investissement + solde Extérieur (Export-Import) + Var Stock.

²⁸ Effet global de CTI sur le PIB = $\frac{CTI}{(1-a-m)}$ = Effet direct + Effet complémentaire = CTI + Effet complémentaire, d'où effet complémentaire =

$\frac{CTI}{(1-a-m)} - CTI = CTI \times \frac{a-m}{(1-a-m)}$

²⁹ Vellas F.,(2011), « L'impact indirect du tourisme : une analyse économique », 3^{ème} réunion des Ministres du Tourisme du T20 - FRANCE, Paris, 25 Octobre 2011 , Page 29, Tableau 8 : Schéma méthodologique des impacts indirects du tourisme (B. Marques).

Figure 3 : Schéma méthodologique des impacts indirect et induit



L'annexe 3 détaille le mode d'évaluation des effets induit et induits selon l'approche par l'Offre.

Les deux paragraphes qui suivent exposent l'évaluation des effets complets selon l'approche par la demande puis par l'offre.

4.1.1. Effet complet du Tourisme en Martinique : l'approche par la Demande.

En 2019, l'approche par la Demande permet d'estimer à 1,35 milliard le PIB généré par la CTI, suite à ses effets multiplicateurs. 14 ans plus tôt, l'impact économique complet du tourisme en Martinique atteignait 945 millions d'€, soit une progression globale de 42.9 % comparativement à 2006, nettement supérieure à celle du PIB (+ 23.7 %). Ainsi, le tourisme a positivement contribué à la croissance économique de la Martinique entre 2006 et 2019. Son absence aurait potentiellement réduit le taux de croissance économique de la Martinique ; autrement dit, il fut un facteur d'accélération ou d'élévation du taux de croissance de l'économie de la Martinique.

Selon l'approche par la demande, la CTI, l'effet direct du tourisme sur l'économie martiniquaise, génère une effet complémentaire, un surcroît de PIB de 30 % supérieur à sa valeur initiale. Le multiplicateur keynésien du tourisme en Martinique, qui synthétise l'effet complet de la CTI, atteint $1,3 = \frac{1}{(1-a-m)} = \frac{1}{(1-0,5202+0,3084)}$. Le multiplicateur du tourisme en Martinique est amoindri par une propension à importer égale à 60 % de la propension à consommer hors tourisme³⁰. Ainsi 100 € de CTI génère de 130 € de PIB, de revenu pour la Martinique ; qui se décompose comme suit : 100 € de PIB direct et 30 € de PIB complémentaire. L'effet direct concentre 76 % de l'effet complet de la CTI sur le PIB de la Martinique.

En 2019, le PIB généré par le tourisme provient à 52.3 % du tourisme récepteur. Ainsi les visiteurs extérieurs ont engendré 707 millions d'€ de PIB et le tourisme interne 644 millions d'€ de PIB. La répartition dans le temps des effets du tourisme en termes de PIB suit celle de la CTI ; la supériorité de l'impact du tourisme récepteur constituant

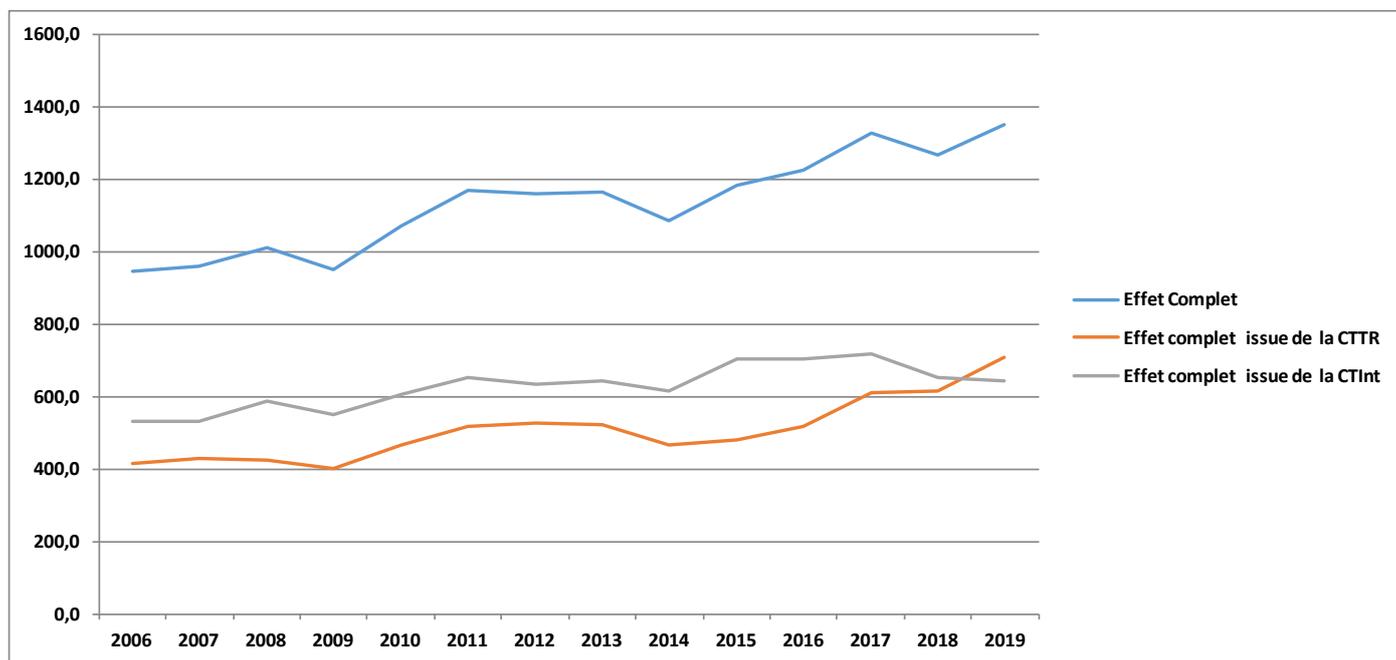
³⁰ Cf. Annexe 3.

l'exception des 14 dernières années. Le tableau 6 et la figure 4 reproduisent l'évolution du PIB généré par le tourisme par type d'effets.

Tableau 10 : PIB généré par le tourisme par type d'effets et par type de tourisme(en millions d'€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Effet direct du tourisme sur le PIB = CTI	744,7	757,0	796,3	749,6	845,3	923,1	914,2	917,0	854,2	933,4	964,2	1046,2	1000,5	1064,6
<i>Effet direct du tourisme Récepteur sur le PIB = CTR</i>	<i>326,8</i>	<i>338,0</i>	<i>333,4</i>	<i>316,3</i>	<i>369,1</i>	<i>407,7</i>	<i>413,5</i>	<i>410,1</i>	<i>368,0</i>	<i>377,3</i>	<i>408,1</i>	<i>481,1</i>	<i>486,8</i>	<i>557,0</i>
<i>Effet direct du tourisme Interne sur le PIB = CTInt</i>	<i>417,9</i>	<i>419,0</i>	<i>462,9</i>	<i>433,2</i>	<i>476,3</i>	<i>515,4</i>	<i>500,7</i>	<i>506,9</i>	<i>486,2</i>	<i>556,1</i>	<i>556,1</i>	<i>565,1</i>	<i>513,8</i>	<i>507,5</i>
PIB complémentaire	200,2	203,5	214,1	201,5	227,3	248,2	245,8	246,6	229,7	251,0	259,2	281,3	269,0	286,2
<i>PIB complémentaire issue de la CTR</i>	<i>87,9</i>	<i>90,9</i>	<i>89,6</i>	<i>85,1</i>	<i>99,2</i>	<i>109,6</i>	<i>111,2</i>	<i>110,3</i>	<i>98,9</i>	<i>101,5</i>	<i>109,7</i>	<i>129,4</i>	<i>130,9</i>	<i>149,8</i>
<i>PIB complémentaire issu de la CTInt</i>	<i>112,4</i>	<i>112,7</i>	<i>124,5</i>	<i>116,5</i>	<i>128,1</i>	<i>138,6</i>	<i>134,6</i>	<i>136,3</i>	<i>130,7</i>	<i>149,5</i>	<i>149,5</i>	<i>151,9</i>	<i>138,1</i>	<i>136,5</i>
Effet Complet	945,0	960,5	1010,4	951,1	1072,6	1171,3	1160,0	1163,6	1083,9	1184,4	1223,4	1327,5	1269,6	1350,8
<i>Effet global issue de la CTR</i>	<i>414,7</i>	<i>428,8</i>	<i>423,1</i>	<i>401,4</i>	<i>468,3</i>	<i>517,3</i>	<i>524,6</i>	<i>520,4</i>	<i>466,9</i>	<i>478,8</i>	<i>517,8</i>	<i>610,5</i>	<i>617,7</i>	<i>706,8</i>
<i>Effet global issue de la CTInt</i>	<i>530,3</i>	<i>531,7</i>	<i>587,3</i>	<i>549,7</i>	<i>604,3</i>	<i>654,0</i>	<i>635,4</i>	<i>643,2</i>	<i>617,0</i>	<i>705,6</i>	<i>705,6</i>	<i>717,0</i>	<i>651,9</i>	<i>644,0</i>
Coefficient multiplicateur	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3

Figure 4 : PIB généré par le tourisme par type de tourisme(en millions d'€)



En 2019, l'approche par la demande fixe à un peu moins de 13 000 le nombre d'emplois salariés généré par l'effet complet³¹ de la CTI. Entre 2006 et 2019, l'emploi complet généré par le tourisme a augmenté de 19,4 %. Une baisse de 21,5 % entre 2006 et 2009, fut suivie de variations autour d'une tendance à la hausse, à partir de 2010. L'approche par la Demande fait reposer la dynamique de progression des emplois générés par le tourisme principalement sur les effets directs qui progressent de 21,6 % (+ 12,9 % pour les emplois issus des effets complémentaires).

³¹ En s'appuyant sur les productivités apparentes annuelles (Cf. Annexe 2).

Entre 2006 et 2019, l'emploi touristique complet généré par la CTI a moins progressé que le PIB issu de l'activité touristique (+ 42.9, Cf. Tableau 7). Le tableau 8 expose l'évolution de l'emploi généré par l'activité touristique entre 2006 et 2019.

Tableau 11 : L'emploi généré par l'activité touristique par type d'effets entre 2006 et 2019 (en nombre d'emplois salariés)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Emploi Total	10 872	10 563	10 896	8 533	9 179	10 468	9 477	9 738	10 914	12 134	11 803	12 613	12 411	12 980
<i>Emploi direct</i>	8 069	7 912	8 077	6 386	6 927	7 918	7 150	7 333	8 225	9 155	8 905	9 517	9 361	9 816
<i>Emplois complémentaires</i>	2 803	2 650	2 819	2 148	2 253	2 550	2 326	2 405	2 689	2 978	2 898	3 097	3 050	3 164

Au terme de l'approche par la Demande, il peut être indiqué qu'en 2019, 100 € de CTI génère 127 € de PIB et 12 980 emplois salariés ;

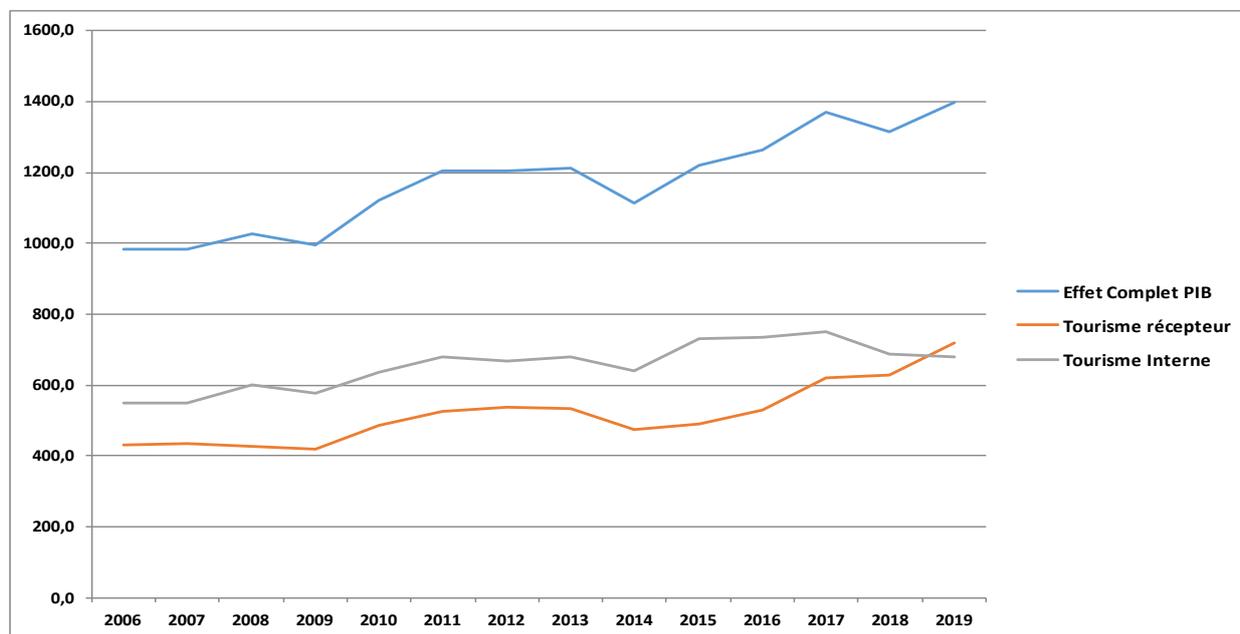
4.1.2. Effet complet du Tourisme en Martinique : l'approche par l'Offre

En 2019, l'approche par l'Offre, établit à 1.4 milliard d'€ le PIB généré par la Production Touristique, suite à ses effets direct, indirect et induit. 14 ans plus tôt, le PIB complet engendré par la PTI atteignait 981,5 millions d'€, soit une progression globale de 42.2 % comparativement à 2006, nettement supérieure à celle du PIB (+ 23.7 %). Ainsi, l'approche par l'Offre signale que le tourisme a positivement contribué à la croissance économique de la Martinique entre 2006 et 2019. Son absence aurait potentiellement réduit la croissance économique de la Martinique ; autrement dit, il fut un facteur d'accélération ou d'élévation du taux de croissance de l'économie de la Martinique. C'est le Tourisme Récepteur qui fut le moteur principal de l'impact économique de la PTI ; puisqu'en effet le PIB issu du Tourisme Récepteur (généré par la CTTR) a progressé de 66.2 % de 2006 à 2019, alors que celui issu du Tourisme Interne (issu de la CTInt) augmentait de 23.3 %, au cours de la même période. Le tableau 9 et la figure 5 récapitule l'évolution du PIB généré par l'activité touristique.

Tableau 12 : Évolution du PIB et de la VA générés par la Production Touristique par type de tourisme entre 2006 et 2019 (en Millions d'€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Effet Direct VA	323,5	329,5	350,3	347,4	384,6	402,6	398,2	403,9	374,4	411,9	425,0	460,7	438,4	456,0
<i>Tourisme récepteur</i>	136,0	139,6	139,7	140,7	162,0	171,6	173,3	176,6	156,2	161,5	174,6	202,5	203,6	224,1
<i>Tourisme Interne</i>	187,5	190,0	210,6	206,7	222,6	231,1	224,9	227,3	218,2	250,4	250,4	258,2	234,8	231,9
Effet Indirect VA	377,8	390,0	398,7	364,4	424,8	483,3	477,1	472,3	442,5	481,7	498,0	540,9	519,2	565,5
<i>Tourisme récepteur</i>	172,6	181,8	173,8	159,4	191,2	219,4	221,5	213,8	194,2	198,7	215,0	257,3	261,4	310,8
<i>Tourisme Interne</i>	205,2	208,2	224,9	204,9	233,6	263,9	255,5	258,5	248,3	283,0	283,0	283,6	257,8	254,7
Effet Induit VA	206,9	199,2	224,0	218,1	239,5	254,5	259,1	265,5	237,7	260,6	268,5	288,9	273,0	289,6
<i>Tourisme récepteur</i>	85,1	80,9	85,0	85,2	96,0	102,9	106,2	108,4	93,6	95,9	103,4	119,2	119,0	137,6
<i>Tourisme Interne</i>	121,8	118,3	139,0	132,9	143,5	151,6	152,8	157,0	144,1	164,8	165,1	169,7	154,1	152,0
Effet Complet VA	908,2	918,7	973,0	929,8	1048,9	1140,4	1134,3	1141,6	1054,5	1154,3	1191,5	1290,5	1230,6	1311,1
<i>Tourisme récepteur</i>	393,7	402,2	398,5	385,3	449,2	493,9	501,1	498,8	444,0	456,1	493,0	579,0	584,0	672,5
<i>Tourisme Interne</i>	514,5	516,5	574,5	544,5	599,7	646,6	633,2	642,8	610,6	698,2	698,5	711,5	646,7	638,6
Effet Complet PIB	981,5	981,9	1026,8	993,3	1121,6	1205,4	1202,3	1212,8	1114,9	1218,9	1261,9	1371,1	1313,9	1395,6
<i>Tourisme récepteur</i>	431,4	434,8	426,0	417,7	486,1	526,9	535,6	534,5	474,5	488,8	528,9	620,5	626,8	717,2
<i>Tourisme Interne</i>	550,1	547,2	600,8	575,6	635,5	678,5	666,7	678,3	640,4	730,1	732,9	750,6	687,0	678,4

Figure 5 : Évolution du PIB généré par la Production Touristique par type de tourisme entre 2006 et 2019 (en Millions d'€)



En 2019, la VA complète générée par la PTI provient principalement des effets indirects et induits ; ces derniers concentrant 65 % de la VA complète issue de la PTI. Entre 2006 et 2019, la hiérarchie des effets est stable ; la VA indirecte précédant la VA directe, elle-même suivie de la VA induite. La figure 6 expose la décomposition de la VA générée par la Production Touristique en 2019.

Figure 6 : Décomposition de la VA générée par la Production Touristique (en millions d'€) en 2019

COMPTE DE PRODUCTION DU TOURISME		2019	
Production Totale	1 021,5	Valeur Ajoutée Directe	456,0
<i>Tourisme récepteur</i>	534,9	<i>Tourisme récepteur</i>	224,1
<i>Tourisme Interne</i>	486,6	<i>Tourisme Interne</i>	231,9
Consommation intermédiaire	565,5	Valeur Ajoutée Indirecte	565,5
<i>Tourisme récepteur</i>	310,8	<i>Tourisme récepteur</i>	310,8
<i>Tourisme Interne</i>	254,7	<i>Tourisme Interne</i>	254,7
Rémunération des salariés	404,5	Valeur Ajoutée Induite	289,6
<i>Tourisme récepteur</i>	206,1	<i>Tourisme récepteur</i>	137,6
<i>Tourisme Interne</i>	198,4	<i>Tourisme Interne</i>	152,0
		Valeur Ajoutée Complète	1 311,1
		<i>Tourisme récepteur</i>	672,5
		<i>Tourisme Interne</i>	638,6
		Effet complet PIB	1 395,6
		<i>Tourisme récepteur</i>	717,2
		<i>Tourisme Interne</i>	678,4

Le coefficient multiplicateur du tourisme, qui rapporte la somme des PIB direct, indirect et induit à la Production Touristique est quasiment stable entre 2006 et 2019. Il était de 1,4 en 2006 et atteint 1,37 en 2019. Il est toutefois orienté à la baisse. L'effet complet du tourisme interne est plus élevé que celui du tourisme récepteur. Ainsi en 2019,

100 € de Production Touristique (et de manière équivalente de CTI) génère un PIB complet de 137 €. Le tableau 10 récapitule l'évolution dans le temps du coefficient multiplicateur de la Production Touristique.

Tableau 13 : Coefficient multiplicateur de la Production Touristique entre 2006 et 2019.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Production Totale	701,3	719,5	749,0	711,7	809,4	885,9	875,2	876,2	816,8	893,7	923,0	1 001,6	957,6	1 021,5
<i>Tourisme récepteur</i>	308,6	321,3	313,5	300,1	353,2	391,0	394,8	390,4	350,4	360,2	389,6	459,8	465,0	534,9
<i>Tourisme Interne</i>	392,7	398,2	435,5	411,6	456,3	495,0	480,4	485,8	466,5	533,4	533,4	541,8	492,6	486,6
PIB tourisme effet complet	981,5	981,9	1 026,8	993,3	1 121,6	1 205,4	1 202,3	1 212,8	1 114,9	1 218,9	1 261,9	1 371,1	1 313,9	1 395,6
<i>Tourisme récepteur</i>	431,4	434,8	426,0	417,7	486,1	526,9	535,6	534,5	474,5	488,8	528,9	620,5	626,8	717,2
<i>Tourisme Interne</i>	550,1	547,2	600,8	575,6	635,5	678,5	666,7	678,3	640,4	730,1	732,9	750,6	687,0	678,4
Coefficient multiplicateur	1,40	1,36	1,37	1,40	1,39	1,36	1,37	1,38	1,36	1,36	1,37	1,37	1,37	1,37
<i>Tourisme récepteur</i>	1,40	1,35	1,36	1,39	1,38	1,35	1,36	1,37	1,35	1,36	1,36	1,35	1,35	1,34
<i>Tourisme Interne</i>	1,40	1,37	1,38	1,40	1,39	1,37	1,39	1,40	1,37	1,37	1,37	1,39	1,39	1,39

En 2019, l'approche par l'Offre, estime à 12 600 l'effectif de salariés généré par l'effet complet de l'activité touristique³² En 2019, 51.2 % des emplois salariés initiés par la PTI furent engendrés par le tourisme récepteur. Entre 2006 et 2018 les emplois salariés furent à plus de 50 % générés par le tourisme interne. En 2019, les effets indirect et induit de la CTI génèrent 65,2 % des emplois salariés ; respectivement 43,1 % et 22,1 %. Cette répartition est stable sur la période étudiée : la part des emplois salariés indirects, précédant celle des emplois salariés directs, suivie de celle des emplois salariés induits.

Entre 2006 et 2019, l'emploi complet généré par le tourisme a augmenté de 20,6 %. Une baisse de 23,7 % entre 2006 et 2009, fut suivie de variations autour d'une tendance à la hausse, à partir de 2010. L'augmentation de l'emploi touristique global est principalement imputable aux emplois issus du tourisme récepteur (+ 42,7 %) ; les emplois du tourisme interne augmentant de 3,7 %.

Entre 2006 et 2019, l'emploi touristique complet a progressé à un rythme inférieur à ceux de la PTI (+ 45,7 %), de la VABDT (+ 40,9 %), du PIBDT (+ 38,8 %). L'emploi touristique direct issu du tourisme récepteur a également progressé moins rapidement que le flux touristique (+ 43,7 %), et que les autres agrégats liés au tourisme récepteur. Le tableau 14 expose l'évolution de l'emploi salarié par type d'effets et par type de tourisme de 2006 et 2019.

³² En s'appuyant sur les productivités apparentes annuelles (Cf. Annexe 2).

Tableau 14 : L'emploi salarié par type d'effets et par type de tourisme de 2006 et 2019 (en nombre de salariés)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Emploi Direct	3 722	3 623	3 777	3 117	3 291	3 599	3 253	3 380	3 770	4 220	4 100	4 378	4 285	4 382
<i>Tourisme récepteur</i>	1 565	1 535	1 507	1 262	1 386	1 533	1 416	1 478	1 572	1 655	1 684	1 924	1 990	2 153
<i>Tourisme Interne</i>	2 157	2 089	2 271	1 854	1 905	2 065	1 837	1 902	2 197	2 565	2 416	2 453	2 295	2 228
Emploi Indirect	4 347	4 289	4 299	3 269	3 635	4 319	3 897	3 953	4 456	4 935	4 805	5 139	5 075	5 434
<i>Tourisme récepteur</i>	1 986	1 999	1 874	1 430	1 636	1 961	1 810	1 789	1 956	2 036	2 074	2 445	2 555	2 987
<i>Tourisme Interne</i>	2 361	2 290	2 425	1 839	1 999	2 358	2 088	2 163	2 500	2 899	2 731	2 694	2 520	2 447
Emploi Induit	2 380	2 191	2 416	1 956	2 049	2 275	2 117	2 222	2 393	2 670	2 590	2 745	2 669	2 782
<i>Tourisme récepteur</i>	979	889	916	764	822	920	868	908	942	982	997	1 132	1 163	1 322
<i>Tourisme Interne</i>	1 401	1 301	1 499	1 192	1 228	1 355	1 249	1 314	1 451	1 688	1 593	1 612	1 506	1 460
EMPLOIS SALARIE - APPROCHE OFFRE														
Emploi Complet	10 449	10 103	10 493	8 342	8 976	10 193	9 267	9 554	10 619	11 825	11 495	12 261	12 030	12 598
<i>Tourisme récepteur</i>	4 530	4 423	4 297	3 457	3 844	4 414	4 094	4 174	4 470	4 672	4 756	5 501	5 709	6 462
<i>Tourisme Interne</i>	5 920	5 680	6 195	4 885	5 132	5 779	5 174	5 380	6 148	7 153	6 739	6 760	6 321	6 136

Au terme de l'approche par l'Offre, il peut être retenu qu'en 2019, 100 € de CTI génère 137 € de PIB pour l'économie martiniquaise au terme des effets direct, indirect et induit. Par ailleurs, 81 100 € de Production Touristique génère suite à ces effet (direct, indirect et induit) un emploi salarié et 83 milliers d'€ d'exportation touristique, soit 87 touristes³³ engendre la création d'un emploi salarié.

De l'évaluation des effets direct et complémentaires la PTI et de la CTI émergent les éléments de synthèse ci-dessous :

- Les approches par l'Offre et par la Demande produisent des estimations convergentes des retombées économiques du tourisme au cours de la période 2006-2019. Les évaluations annuelles de PIB complet généré par la CTI varient dans un intervalle de 0,7 % et 5 % au terme des deux démarches méthodologiques ;
- En 2019 le tourisme génère un PIB, soit un revenu macroéconomique pour l'économie martiniquaise compris entre 1,351 milliards d'€ et 1,396 milliards et crée entre 12 500 et 13 000 emplois salarié. 100 € de dépense touristique, génère un PIB compris 127 € et 137 € de PIB, et il faut 87 touristes pour créer un emploi ; chaque touriste générant 1 300 € de PIB pour l'économie martiniquaise ;
- Sur la période, les effets du tourisme récepteur sont proportionnellement inférieurs à ceux du tourisme interne ;
- La branche tourisme reconstituée est un facteur dynamisant, accélérateur de la croissance de l'économie martiniquaise ; le PIB complet généré par le tourisme progressant à un taux plus élevé que celui du PIB global.

³³ Au niveau de dépense de 2019.

L'effet dynamisant de la branche tourisme est principalement imputable au tourisme récepteur, dont le taux de progression est nettement supérieur aux taux de croissance du PIB global ;

- L'importance relative des effets direct et complémentaire distinguent les deux démarches méthodologiques. Alors qu'au terme de l'approche par la Demande l'impact du tourisme est principalement direct (78,8 % du PIB complet généré), l'approche par l'Offre consacre la prédominance des effets indirects et induits (entre 62 et 65 % du PIB complet généré). Il en va de même pour l'emploi.

Le tableau 15 récapitule l'effet complet de l'activité touristique en termes de PIB et d'emplois pour l'année 2019.

Tableau 15 : Effet complet de l'activité touristique en termes de PIB et d'emplois pour l'année 2019, selon les deux approches méthodologiques

	Effets de la Consommation-Production Touristique			
	Direct	Indirect	Induit	Total
Approche Demande				
PIBT (millions €)	1 064,6	286,2		1 350,8
Tourisme Récepteur	557,0		149,8	706,8
Tourisme Interne	507,5		136,5	644,0
Emplois Salariés	9 816	3 164		12 980
Tourisme Récepteur	5 136		1 656	6 792
Tourisme Interne	4 680		1 508	6 188
Approche Offre				
PIBT (millions €)	485,0	601,5	308,0	1 395,6
Tourisme Récepteur	238,6	330,6	146,5	717,2
Tourisme Interne	246,4	270,9	161,5	678,4
Emplois Salariés	4 382	5 434,2	2 782	12 598
Tourisme Récepteur	2 153	2 986,9	1 322	6 462
Tourisme Interne	2 228	2 447,2	1 460	6 136

4.2. Le poids du tourisme

Les sections précédentes ont évalué différents agrégats touristiques liés aux effets de la CTI, qui constituent le numérateur du ratio de poids. Comme signalé en introduction de cette section, le ratio de poids du tourisme renseigne sur l'importance de l'activité touristique pour l'économie de la Martinique. L'importance du tourisme n'est pas limitée à sa capacité à générer du revenu macroéconomique (du PIB ou de la Valeur Ajoutée). Elle est aussi appréciable au regard de la production, de l'exportation, du solde extérieur, l'emploi, ou encore des recettes fiscales. Chacun de ces dénominateurs éclaire une facette différente de l'importance du tourisme. Le CST du tourisme de Martinique retient 15 ratios illustrant les diverses dimensions de l'importance directe et complémentaire (suite aux effets direct, indirect et induit) du tourisme pour l'économie Martiniquaise. L'annexe 4 récapitule ces ratios, accompagnés de l'interprétation qui en découle. Le tableau 13 fournit leur évaluation.

Les estimations convergentes en provenance d'approches méthodologiques différentes inclinent à retenir les effets complets pour mesurer le poids du tourisme dans l'économie de la Martinique. Dans cette perspective deux indicateurs synthétisent l'importance de l'activité touristique pour l'économie martiniquaise :

- **Le rapport du PIBT complet au PIB total de la Martinique**, d'où il résulte que le tourisme génère au terme des effets direct et complémentaire, entre **15 et 16 % du revenu macroéconomique de la Martinique en 2019**. Le poids PIB Touristique complet est relativement stable puisqu'il était de 13 % en 2006 ;
- **Le rapport Emplois salariés Touristiques complet / Emplois salariés Total**, d'où il résulte que le tourisme génère suite aux effets direct et complémentaire, de la CTI, **11 % de l'emploi salarié de la Martinique en 2019**. Le poids Emploi touristique complet relativement stable puisqu'il était de 8,5 % en 2006.

En se limitant aux effets directs, il ressort de l'analyse des différents ratios que l'importance du tourisme peut diversement être appréciée ; sur une échelle qui va de 5 % à 62 % selon l'agrégat touristique retenu et ceux relatifs à l'économie dans son ensemble auquel il peut être rapporté :

- Mesuré à l'aune du commerce extérieur, le tourisme, qui fut la première exportation de la Martinique de 2006 à 2019, est primordial pour l'économie de la Martinique. **Les exportations touristiques représentent 52,5 % des exportations de la Martinique en 2019 (61, 7 % des exportations hors hydrocarbures) et 29 % du déficit commercial extérieur**. Sans l'activité touristique, le déficit commercial de 2019 eût été supérieur de 30 %. L'importance du tourisme pour le commerce extérieur n'a cessé d'augmenter entre 2006 et 2019, passant de 16,9 % à 29,4 % du solde extérieur ;
- **En 2019, synthétiquement le poids du Tourisme peut également être évalué dans un intervalle compris entre 32 % et 33 %**, sur la base des ratios PTI / Production des Industries du Tourisme et VABDT / VABIT. Ainsi, les branches dont les produits sont consommés lors des déplacements touristiques, verraient leur production chuter de 32 % et leur VA de 33 % sans l'activité touristique ; ces indicateurs gagnent 4 points sur la période d'étude ;
- C'est au niveau de l'effet direct du tourisme sur le PIB que les deux approches méthodologiques divergent le plus ; parce que le même indicateur touristique est rapporté à des agrégats globaux différents³⁴. **Ainsi en 2019, l'approche keynésienne retient que le tourisme génère 12 % du PIB, alors que celle par l'offre signale un poids du tourisme de 5,4 %**. Ces indicateurs sont stables entre 2006 et 2019. Le ratio de la Production Touristique à la Production Totale de l'économie³⁵ fixe l'importance directe du tourisme à 6,9 % en 2019. Pour cette même année, une approche purement publique de l'importance directe du tourisme retiendrait comme indicateur de son importance 7,9 %, égal à la part des impôts nets sur produits générés par la CTI dans la totalité de ces recettes fiscales nettes sur produits ; l'un des rares ratios orienté à la baisse de 2006 à 2009 (il était de 8,7 % en 2006).

Tableau 16 : Indicateurs de poids du tourisme (en %)

³⁴ Dans l'approche par la Demande la CTI est directement rapportée au PIB. Dans l'approche par l'Offre, la CTI est une production, d'où s'extrait le PIBT (nécessairement inférieur à la CTI) qui est ensuite rapporté au PIB.

³⁵ Qui évite la différence de champs entre les numérateurs et dénominateurs.

LES PUBLICATIONS DE L'OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

RATIO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
POIDS DIRECT DU TOURISME														
CTI TTC / PIB	10,1	10,0	10,1	9,8	10,7	11,3	11,1	11,1	10,0	10,8	11,1	11,9	11,2	11,9
<i>Tourisme récepteur</i>	4,5	4,5	4,2	4,2	4,7	5,0	5,0	5,0	4,3	4,4	4,7	5,5	5,5	6,2
<i>Tourisme Interne</i>	5,7	5,5	5,8	5,7	6,0	6,3	6,1	6,1	5,7	6,4	6,4	6,4	5,8	5,7
CTI TTC / EXPORT	36,3	44,5	46,5	48,5	52,0	52,6	46,6	44,2	35,0	37,4	44,7	48,4	45,8	52,5
CTI TTC / EXPORT BIEN	55,2	57,4	59,3	57,0	61,4	63,4	62,3	55,8	49,5	48,8	53,2	58,1	53,7	61,7
CTI TTC / SOLDE EXT COM	16,9	16,2	14,6	17,1	17,2	17,5	18,9	19,8	18,8	19,6	20,9	24,6	25,7	29,4
IMPOTS sur PRODUITS TOURISME / IMPOTS sur PRODUITS	8,7	8,7	11,0	12,6	10,0	8,0	9,0	9,5	10,0	9,5	8,8	8,4	7,9	7,9
PRODUCTION TOURISTIQUE / PRODCUTION TOTALE	5,5	5,4	5,4	5,4	5,9	6,3	6,1	6,2	5,6	6,1	6,4	6,9	6,5	6,9
<i>Tourisme récepteur</i>	2,4	2,4	2,3	2,3	2,6	2,8	2,8	2,8	2,4	2,4	2,7	3,2	3,2	3,6
<i>Tourisme Interne</i>	3,1	3,0	3,1	3,1	3,3	3,5	3,4	3,4	3,2	3,6	3,7	3,7	3,3	3,3
PT/Prod des industries touristiques	27,0	27,6	27,1	26,8	28,2	29,9	29,2	32,0	27,4	28,8	29,7	32,9	30,4	31,9
<i>Tourisme récepteur</i>	11,9	12,3	11,3	11,3	12,3	13,2	13,2	14,3	11,8	11,6	12,5	15,1	14,8	16,7
<i>Tourisme Interne</i>	15,1	15,3	15,7	15,5	15,9	16,7	16,0	17,8	15,6	17,2	17,1	17,8	15,6	15,2
VABDT / VA	4,7	4,6	4,7	4,7	5,1	5,2	5,1	5,1	4,6	5,0	5,2	5,6	5,2	5,4
<i>Tourisme récepteur</i>	2,0	2,0	1,9	1,9	2,1	2,2	2,2	2,3	1,9	2,0	2,1	2,5	2,4	2,6
<i>Tourisme Interne</i>	2,7	2,7	2,8	2,8	3,0	3,0	2,9	2,9	2,7	3,0	3,1	3,1	2,8	2,7
VABDT/VABIT	29,1	30,1	29,4	29,5	30,4	31,2	31,0	35,9	29,4	30,9	31,8	35,2	32,4	33,2
<i>Tourisme récepteur</i>	12,2	12,7	11,7	12,0	12,8	13,3	13,5	15,7	12,3	12,1	13,1	15,5	15,1	16,3
<i>Tourisme Interne</i>	16,9	17,3	17,7	17,6	17,6	17,9	17,5	20,2	17,1	18,8	18,8	19,8	17,4	16,9
PIBT / PIB	4,8	4,6	4,7	4,9	5,2	5,2	5,1	5,2	4,7	5,0	5,2	5,6	5,3	5,4
<i>Tourisme récepteur</i>	2,0	2,0	1,9	2,0	2,2	2,2	2,2	2,3	2,0	2,0	2,2	2,5	2,5	2,7
<i>Tourisme Interne</i>	2,7	2,7	2,8	2,9	3,0	3,0	2,9	2,9	2,7	3,0	3,0	3,1	2,8	2,7
EMPLOIS SALARIES DIRECTS / EMPLOI SALARIE TOTAL – Approche par l'Offre	2,9	2,9	3,0	4,1	2,6	2,9	2,7	2,8	3,1	3,5	3,4	3,7	3,7	3,7
<i>Tourisme récepteur</i>	1,2	1,2	1,2	1,6	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,6	1,7	1,8
<i>Tourisme Interne</i>	1,7	1,6	1,8	2,4	1,5	1,7	1,5	1,6	1,8	2,1	2,0	2,1	2,0	1,9
EMPLOIS SALARIES DIRECTS / EMPLOI SALARIE TOTAL – Approche par la Demande	6,3	6,2	6,3	8,3	5,5	6,4	5,9	6,1	6,9	7,6	7,4	8,0	8,0	8,2
<i>Tourisme récepteur</i>	2,8	2,8	2,7	3,5	2,4	2,8	2,6	2,7	2,9	3,1	3,1	3,7	3,9	4,3
<i>Tourisme Interne</i>	3,5	3,4	3,7	4,8	3,1	3,6	3,2	3,4	3,9	4,5	4,3	4,3	4,1	3,9
POIDS COMPLET (Direct + Complémentaire) DU TOURISME														
PIB tourisme Effet global (Appr. Demande) / PIB	12,9	12,7	12,8	12,5	13,6	14,4	14,1	14,1	12,7	13,7	14,1	15,1	14,3	15,1
PIB tourisme Effet global (Appr. Offre) / PIB	13,4	12,9	13,0	13,0	14,2	14,8	14,6	14,7	13,1	14,1	14,6	15,6	14,8	15,6
<i>Tourisme récepteur</i>	5,9	5,7	5,4	5,5	6,2	6,5	6,5	6,5	5,6	5,6	6,1	7,1	7,0	8,0
<i>Tourisme Interne</i>	7,5	7,2	7,6	7,6	8,0	8,3	8,1	8,2	7,5	8,4	8,5	8,5	7,7	7,6
EMPLOI TOURISTIQUE SALARIÉ GLOBAL / EMPLOI SALARIÉ TOTAL - Approche par la Demande	8,2	8,0	8,2	10,9	7,1	8,2	7,6	7,9	8,8	9,8	9,5	10,3	10,3	10,6
<i>Tourisme récepteur</i>	3,6	3,5	3,4	4,5	3,1	3,5	3,4	3,5	3,7	3,9	3,9	4,6	4,9	5,4
<i>Tourisme Interne</i>	4,7	4,5	4,9	6,4	4,1	4,6	4,2	4,5	5,1	5,9	5,6	5,7	5,4	5,1
EMPLOI TOURISTIQUE SALARIÉ GLOBAL / EMPLOI SALARIÉ TOTAL - Approche par l'Offre	8,5	8,3	8,6	11,1	7,3	8,4	7,8	8,1	9,1	10,1	9,8	10,6	10,6	10,9
<i>Tourisme récepteur</i>	3,8	3,7	3,6	4,7	3,2	3,7	3,5	3,6	3,9	4,1	4,1	4,9	5,1	5,7
<i>Tourisme Interne</i>	4,8	4,6	5,0	6,4	4,1	4,7	4,3	4,5	5,2	6,0	5,7	5,7	5,4	5,2

4.3. Le rendement du tourisme

La disposition d'agrégats touristiques sur une période relativement longue permet l'établissement d'élasticités calculées avec les taux de progression annuel moyen. Outre la sensibilité d'une variable à une autre, l'élasticité permet d'approcher la notion de rendement d'échelle³⁶. Dans le cas du tourisme, la mesure du rendement consiste à rapporter le taux de variation des effets direct ou complet du tourisme (PTI, PIBT, Emplois) à celui de ses manifestations

³⁶ Le numérateur de l'élasticité indique le taux de variation de l'output et le dénominateur, celui de l'input. Une élasticité égale à l'unité indique un rendement constant (une variation de l'Input génère un variation équivalente de l'output), supérieure à l'unité un rendement croissant (une variation de l'Input génère une variation supérieure de l'output) et inférieure à l'unité un rendement décroissant (une variation de l'Input génère une variation inférieure de l'output).

initiales (PTI, flux touristique). Un ratio supérieur à l'unité traduit un rendement croissant, égal à l'unité un rendement constant et inférieur à l'unité un effet décroissant³⁷. La mesure du rendement du tourisme permet de répondre à la question : est-ce qu'un accroissement de 10 % du flux ou de la PTI génère une augmentation supérieure (égale ou inférieure) à 10 % du PIBT direct ou complet, ou encore de l'emploi salarié. Les développements qui suivent détaillent les élasticités liées à la Production Touristique et celles relatives à la fréquentation touristique.

À l'aune de la Production Touristique, le tourisme génère rarement des rendements croissants : les taux de variation annuels moyens de la PTI étant rarement à inférieure à ceux des autres variables mesurant les effets du tourisme. Ainsi, seule l'élasticité des Impôts Nets par rapport à la Production Touristique est supérieure à l'unité, d'où un rendement croissant de la Production Touristique sur les Impôts Nets sur produits : une augmentation de 10 % de la Production Touristique provoquant une croissance de 15 % des Impôts Nets sur produits.

Sur les autres agrégats et de 2006 à 2019, le rendement de la Production Touristique est toujours décroissant sur :

- Les PIBT directs et complet : une augmentation de la production touristique induisant une progression inférieure des PIBT direct et complet. Une progression de 10 % de la PTI produit une augmentation de 8,7 % du PIBT direct et de 9,4 % du PIBT complète (suite aux effets direct, indirect et induit) ;
- L'emploi salarié touristique direct et complet : Une augmentation de la Production Touristique de 10 % induit une progression de 4,3 % de l'emploi salarié touristique direct et de 4,9 % de l'emploi touristique salarié complet ;
- Les PIB global et par tête : une augmentation de la production touristique provoque une progression de 5,3 % du PIB global et de 7,9 % du PIB pers capita ;

Ainsi les résultats de la période étudiée indiquent qu'augmenter la Production Touristique induit une progression moins que proportionnelle des retombées du tourisme. Le tableau 14 reproduit les élasticités liées à la Production Touristique.

Tableau 17 : Les élasticités liées à la Production Touristique

RENDEMENT DE LA PRODUCTION DU TOURISME SUR	ÉLASTICITÉ
PIBT DIRECT	0,87
<i>Tourisme récepteur</i>	<i>0,85</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>0,96</i>
EMPLOI SALARIE DIRECT	0,43
<i>Tourisme récepteur</i>	<i>0,58</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>0,15</i>
PIBT COMPLET	0,94
<i>Tourisme récepteur</i>	<i>0,92</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>0,98</i>
EMPLOI SALARIE COMPLET	0,49
<i>Tourisme récepteur</i>	<i>0,64</i>

³⁷ Le calcul de ces élasticités est une mesure statistique qui indique au mieux des corrélations et n'implique pas nécessairement des relations de causalités.

<i>Tourisme Interne</i>	<i>0,17</i>
PIB TOTAL MARTINIQUE	0,53
<i>Tourisme récepteur</i>	<i>0,36</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>0,94</i>
PIB TÊTE	0,79
<i>Tourisme récepteur</i>	<i>0,54</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>1,40</i>
IMPÔT sur PRODUITS	1,55
<i>Tourisme récepteur</i>	<i>0,95</i>
<i>Tourisme Interne</i>	<i>2,95</i>

Les élasticités de la fréquentation touristique, évaluées sur la base des agrégats du Tourisme Récepteur, dégagent une appréciation moins tranchée du rendement touristique. Le rendement du flux touristique est décroissant pour l'emploi et les PIB total et par tête. Ainsi de 2006 à 2019, 10 % de croissance de la fréquentation s'accompagne d'une progression 8,8 % de l'emploi salarié direct et 5,5 % du PIB total. Sur l'emploi salarié complet, le rendement de la fréquentation est quasiment constant : 10 % de progression de flux touristique s'accompagnant de 9,8 % de croissance de l'emploi salarié complet. Inversement le rendement du flux touristique est croissant pour les PIBT direct et complet. Le tableau 15 reproduit les élasticités liées à la fréquentation touristique.

Tableau 18 : Les élasticités liées à la fréquentation touristique

RENDEMENT DE LA FREQUENTATION TOURISTIQUE	ÉLASTICITÉ
PRODUCTION (Tourisme Récepteur, d'exportation)	1,53
PIBT DIRECT(Tourisme Récepteur, d'exportation)	1,30
EMPLOI SALARIE DIRECT(Tourisme Récepteur, d'exportation)	0,88
PIBT COMPLET(Tourisme Récepteur, d'exportation)	1,41
EMPLOI SALARIE COMPLET(Tourisme Récepteur, d'exportation)	0,98
PIB Total Martinique	0,55
PIB tête	0,82
IMPOTS sur PRODUITS(Tourisme Récepteur, d'exportation)	1,45

ANNEXE 1 : METHODE D'ÉVALUATION DE LA DEMANDE/CONSOMMATION TOURISTIQUE INTERIEURE

Dans un premier temps cette annexe explicite les méthodes d'évaluation des composantes de la CTI. Ensuite, elle procède aux vérifications d'équilibrage entre la CTI et ses contreparties dans les CMER : Consommation Finale des Ménages et Productions par branches-produits.

MÉTHODE D'ÉVALUATION DE LA DEMANDE / CONSOMMATION TOURISTIQUE INTERIEURE TTC et HT

Sont d'abord exposés les méthodes d'évaluation de la CTI TTC et ensuite la CTI HT, soit la Production Touristique(PT).

Demande/Consommation Touristique Intérieure TTC

§ *Consommation Touristique du Tourisme Récepteur (CTTR TTC)* : La CTTR totalise les CTTR de chaque catégorie de clientèle (de croisière, de séjour et des autres excursionnistes), dont les processus d'évaluation sont les suivants :

- **Croisière** : La CCTR croisière est le produit de la dépense individuelle estimée par les travaux de la FCCA (2006, 2015 et 2018) par la fréquentation annuelle. Les dépenses individuelles incluent le montant des excursions diminué de la marge des compagnies, soit la partie reversé aux opérateurs locaux ;
- **Autres excursionnistes (y compris la fréquentation tête de ligne³⁸)** : La CCTR croisière des autres excursionnistes est le produit de leur fréquentation par la dépense par jour moyenne (hors hébergement), de l'ensemble des visiteurs telle qu'elle ressort des Enquêtes aux Frontières ;
- **Séjour** : La CTTR séjour cumule :
 - **La somme des dépenses directes** obtenue par le produit de la dépense individuelle directe (effectuée sur le territoire lors du séjour et estimée par les Enquêtes aux frontières du CMT, par la fréquentation annuelle,
 - **Le complément des dépenses d'hébergement**, soit la part des dépenses d'hébergement payées avant le départ auprès d'intermédiaires et reversée par ces derniers aux opérateurs locaux. Ce complément a été estimé à 45 % du produit de la dépense individuelle de forfaits/package (estimée par les Enquêtes aux frontières du CMT) par le produit du nombre visiteurs de séjour ayant acquis des forfaits (estimé par les Enquêtes aux frontières du CMT),
 - La CTTR plaisance est le produit du flux de plaisance par leurs dépenses, actualisé par le taux d'inflation.

³⁸ Les visiteurs qui débutent et achèvent leur croisière en Martinique et dont le temps passé en Martinique se limite majoritairement au temps de transport entre l'aéroport et le port.

La décomposition par produit selon la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5) de la CTTR TTC est effectuée :

- Pour les visiteurs de séjour et de plaisance via l'évaluation de la répartition des dépenses issue des Enquêtes aux Frontières réalisées par le CMT ;
- Pour les excursionnistes de croisière, sur la base la répartition des dépenses issue des travaux de la FCCA (2006, 2015 et 2018) ;
- Pour les autres excursionnistes, la dépense moyenne journalière a été répartie à égalité entre les « Services de restauration » et les « Services de transport routier de voyageurs ».

§ Consommation Touristique du Tourisme Interne (CTInt) : La CTInt a été évaluée sur la base des Enquêtes Budget Ménages de l'INSEE, 2006, 2011 et 2017.

L'évaluation des consommations Touristiques a été réalisée comme suit : Application des coefficients budgétaires des postes « Services sportifs, récréatifs et culturels », « Voyages à forfait, week-end, excursions » et « Services de restauration et d'hébergement », à la Consommation finale des ménages issus du Tableau Économique d'Ensemble (Synthèse des comptes de secteurs institutionnels)³⁹. Les coefficients budgétaires de l'année de réalisation de l'Enquête Budget Ménages ont été appliquées aux années suivantes, jusqu'à la publication de la nouvelle enquête (fournissant de nouveaux pourcentages).

La répartition par produit selon la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5) s'est effectuée comme suit :

- La consommation des postes « Services de restauration et d'hébergement » des enquêtes Budget Ménages de l'INSEE a été répartie à raison de 60 % pour la restauration [2. de la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5)] et 40 % pour les l'hébergement [1a. et 1b. de la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5)].
- La consommation des postes « Services sportifs, récréatifs et culturels » et « Voyages à forfait, week-end, excursions » des enquêtes Budget Ménages de l'INSEE a été répartie à raison de leur poids respectif dans les produits « Agences de voyage et autres services de réservation » et « Services sportifs et autres services récréatifs » [respectivement les postes 8 et 10 de la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5)].

Demande/Consommation Touristique Intérieure HT

L'évaluation de CTI HT a procédé en trois temps :

1. Répartition de la CTI TTC selon les branches-produits des CMER, par réaffectation des dépenses classées selon la classification- produits de l'OMT (tableaux 4 et 5). Le tableau 19 reproduit la matrice de passage entre les deux classifications.

³⁹ Pour les années 2015 à 2019, la Consommation Finales des Ménages est issue des Comptes Economiques Rapides publiés par l'IEDOM.

Tableau 19 : Matrice de passage entre les classifications OMT et CMER

CLASSIFICATION- PRODUITS DE L'OMT (TABLEAUX 4 ET 5).	CLASSIFICATION BRANCHES-PRODUITS CMER
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	
1. Services d'hébergement des visiteurs	N11 - Hébergement et restauration
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	N11 - Hébergement et restauration
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	N11 - Hébergement et restauration
2. Services de restauration	N11 - Hébergement et restauration
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	NH1 - Transports et entreposage
4. Services de transport routier de voyageurs	NH1 - Transports et entreposage
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	NH1 - Transports et entreposage
6. Services de transport aérien de voyageurs	NH1 - Transports et entreposage
7. Services de location de matériel de transport	NM2 - Activités de services administratifs et de soutien
8. Agences de voyage et autres services de réservation	NM2 - Activités de services administratifs et de soutien
9. Services culturels	NR1 Autres activités de services
10. Services sportifs et autres services récréatifs	NR1 Autres activités de services
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	NR1 Autres activités de services
A.2. Autres produits de consommation	Total des branches

Cette réaffectation permet de repérer les branches des CMER nécessaires à l'évaluation de la VABDT ;

2. Évaluation des taux de taxes par branche-produits en rapportant pour les branches identifiées au 1. le montant des taxes (TVA et Autres taxes sur produits) aux consommations finales des ménages TTC des CMER. Pour l'année 2019, le taux de taxe appliqué est une moyenne des années 2014 à 2018 ;
3. Calcul des CTI HT pour chaque branche-produit par application des taux de taxes par branche-produit : en multipliant les CTI de chaque branche-produit par : $(1 - \text{taux de taxe})$.

Le tableau 20 fournit la répartition de la Dépense/Consommation Touristique Intérieure TTC et HT selon les branches des CMER.

Tableau 20 : Dépense/Consommation Touristique Intérieure TTC et HT par branches des CMER.

TTC	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	25,6	21,0	23,2	23,2	24,1	24,8	17,2	12,5	19,6	20,3	21,9	23,7	31,2	9,0
NH1 - Transports et entreposage	7,9	6,0	7,0	9,2	8,6	11,1	10,1	6,5	15,2	15,8	18,1	9,6	11,7	78,3
N11 - Hébergement et restauration	383,5	400,9	410,3	381,4	430,1	515,7	520,7	510,1	466,6	507,3	521,8	581,2	548,3	603,0
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	126,9	136,5	136,4	127,7	145,1	144,8	143,8	138,9	132,1	142,9	147,5	168,6	162,4	144,5
NR1 Autres activités de services	161,6	158,2	174,5	165,5	183,4	179,0	174,2	170,5	169,6	191,9	194,7	207,8	187,7	201,4
Branche Globale	39,2	34,4	44,9	42,6	53,9	47,7	48,2	78,5	51,1	55,2	60,2	55,4	59,3	28,4
TOTAL	744,7	757,0	796,3	749,6	845,3	923,1	914,2	917,0	854,2	933,4	964,2	1046,2	1000,5	1064,6
HT														
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	24,6	20,2	22,1	22,3	23,6	24,2	16,1	11,6	18,2	19,3	20,8	22,4	29,6	8,5
NH1 - Transports et entreposage	7,8	6,0	6,9	9,1	8,4	10,8	9,8	6,3	14,6	15,3	17,5	9,3	11,3	75,9
N11 - Hébergement et restauration	374,0	392,2	397,3	372,1	416,1	499,9	503,3	492,8	451,0	490,6	504,6	562,1	530,3	583,2
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	110,7	120,6	118,4	111,8	135,7	135,3	133,9	128,9	122,3	133,0	137,3	156,9	151,2	134,5
NR1 Autres activités de services	147,8	148,2	162,5	156,3	174,9	171,0	167,1	163,4	163,1	183,8	186,4	199,0	179,8	192,9
Branche Globale	36,5	32,3	41,8	40,1	50,8	44,8	45,0	73,2	47,6	51,7	56,4	51,8	55,4	26,5
TOTAL	701,3	719,5	749,0	711,7	809,4	885,9	875,2	876,2	816,8	893,7	923,0	1001,6	957,6	1021,5

EQUILIBRE EMPLOI / RESSOURCES (OFFRE / DEMANDE)

Le CST reconstruit une branche tourisme qui n'existe pas dans les CMER, par extraction des consommations liées aux déplacements touristiques de la Consommation Finale des Ménages, telle que répartie par branche-produits dans les CMER. Dans cette perspective la CTI TTC est nécessairement une partie de la consommation Finale des ménages des CMER et la CTI HT (qui équivaut à la Production Touristique) est une composante de la production globale de

l'économie de la Martinique. Aussi, l'élaboration de la branche tourisme avec les CMER (qui autorise la mesure du poids du tourisme) exige que :

- La CTI TTC de chaque branche-produit du tableau 20, soit **au plus égale** à la Consommation Finale des Ménages pour la même branche-produit des CMER ;
- La CTI HT(PT) de chaque branche-produit du tableau 20, soit **au plus égale** à la production de la même branche des CMER ;

Cette vérification qui illustre l'équilibre Emploi / Ressources (Offre / Demande) permet d'étayer méthodologiquement l'évaluation du poids du tourisme au plan de la demande et de l'offre (s'assurer que le numérateur est une partie intégrante du numérateur).

La comparaison entre la CTITTC et la consommation finale des ménages est globalement satisfaisante : $CTI\ TTC < Total\ consommation\ finale\ des\ ménages\ des\ mêmes\ branches-produits\ du\ tableau\ Emploi-Ressources\ des\ CMER$. L'analyse détaillée révèle que l'estimation de la CTI Hébergement-Restaurant est significativement supérieure à la consommation finale des ménages de la même branches-produits du tableau Emploi-Ressources des CMER. Eu égard à l'importance du poste relevant de la consommation d'hébergement non-hôtelier [1.b. selon la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5)], l'équilibrage⁴⁰ peut s'effectuer, via la Correction Territoriale ou par la branche NL1 - Activités immobilières et/ou via les Revenus de la propriété des ménages ou ceux en provenance du Reste du Monde (du Tableau Économique d'Ensemble). Cet équilibrage illustre qu'une partie des recettes d'hébergement non-hôtelières sont des revenus de la propriété collectés directement par les ménages et/ou via des structures immobilières (agences immobilières, SCI...).

Le tableau 21 récapitule ces comparaisons et indique que la différence pour la CTI Hébergement-Restaurant est nettement compensé par la consommation finales des ménages des Activités immobilières et/ou via les Revenus de la propriété des ménages ou ceux en provenance du Reste du Monde ou encore par la Correction Territoriale. Dans tous les cas, la compensation du déséquilibre n'utilise pas la totalité de la Correction Territoriale, des Revenus de la propriété, ou de la consommation de la branche NL1.

⁴⁰ La compensation de la différence : $CTI\ Hébergement-Restaurant > NI1 - Hébergement\ et\ restauration\ du\ tableau\ Emplois-Ressources\ des\ CMER$.

Tableau 21 : CTI TTC et Consommation finale des ménages par branches des CMER (en million d'€).

CTI TTC	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	26	21	23	23	24	25	17	12	20	20	22	24	31	9
NH1 - Transports et entreposage	8	6	7	9	9	11	10	6	15	16	18	10	12	78
NI1 - Hébergement et restauration	384	401	410	381	430	516	521	510	467	507	522	581	548	603
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	127	137	136	128	145	145	144	139	132	143	148	169	162	145
NR1 Autres activités de services	162	158	174	166	183	179	174	171	170	192	195	208	188	201
Branche Globale	39	34	45	43	54	48	48	78	51	55	60	55	59	28
TOTAL	745	757	796	750	845	923	914	917	854	933	964	1 046	1 001	1 065
CONSOUMMATIONS DES MENAGES														
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	571	575	643	579	608	631	657	653	656	664	665	685	684	684
NH1 - Transports et entreposage	357	389	418	385	492	496	532	478	470	450	438	453	477	477
NI1 - Hébergement et restauration	341	307	335	289	321	323	328	313	329	322	341	351	360	360
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	138	135	149	147	136	149	140	134	133	111	114	157	149	149
NR1 Autres activités de services	267	292	308	328	362	372	374	375	386	177	158	164	157	157
TOTAL	1 674	1 698	1 852	1 727	1 918	1 971	2 031	1 952	1 974	1 724	1 716	1 809	1 827	1 827
NL1 - Activités immobilières	919	897	971	988	976	989	1011	1029	1032	908	911	922	939	939
Correction Territoriale Export	289	279	277	274	324	309	295	299	298	307	330	425	452	452
Revenu de la Propriété														
Ménages	386	400	521	507	539	584	502	521	470	485	525	497	509	509
Reste du Monde	-17	48	224	169	140	72	105	112	147	168	139	77	106	106
EQUILIBRE														
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	Equilibré													
NH1 - Transports et entreposage	Equilibré													
NI1 - Hébergement et restauration	-43	-93	-75	-92	-109	-192	-193	-197	-138	-185	-181	-230	-188	-243
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	Equilibré	-2	Equilibré	Equilibré	-10	Equilibré	-4	-5	Equilibré	-32	-34	-12	-13	Equilibré
NR1 Autres activités de services	Equilibré	-15	-37	-44	-30	-44								

Équilibre : CTI TTC < consommation finale des ménages des branches-produits du tableau Emploi-Ressources des CMER.

La comparaison entre la Production Touristique (PTI = CTI HT) la production est globalement satisfaisante : PTI (CTI HT) < Production Totale des mêmes branches-produits du tableau Emploi-Ressources des CMER. L'analyse détaillée révèle que l'estimation de la PTI Hébergement-Restaurant est significativement supérieure à la Production de la même branches-produits du tableau Emploi-Ressources des CMER. Eu égard à l'importance du poste relevant de la consommation d'hébergement non-hôtelier [l.b. selon la classification de l'OMT (tableaux 4 et 5)], l'équilibrage⁴¹ peut s'effectuer via la Correction Territoriale ou via également la branche NL1 - Activités immobilières et/ou via les Revenus de la propriété des ménages ou ceux en provenance du Reste du Monde (du Tableau Économique d'Ensemble). Cet équilibrage au niveau de la production illustre qu'une partie des recettes d'hébergement non-hôtelières sont des revenus de la propriété collectées directement par les ménages et/ou via des structures immobilières (agences immobilières, SCI...). Dans tous les cas, la compensation du déséquilibre n'utilise pas la totalité de la Correction Territoriale ou des Revenus de la propriété.

Le tableau 22 récapitule ces comparaisons et indique que la différence pour la PTI Hébergement-Restaurant est nettement compensé par la Production des Activités immobilières et/ou via la Correction Territoriale. Dans tous les cas, la compensation du déséquilibre n'utilise pas la totalité de la Correction Territoriale ou des Revenus de la propriété.

Par ailleurs, l'équilibre offre / demande qu'illustre le tableau 22 « valide » l'estimation de la CTI, assure sa contrepartie productive et étaye la mesure du poids économique du tourisme dans le cadre des CMER.

⁴¹ La compensation de la différence : CTI Hébergement-Restaurant > NI1 - Hébergement et restauration du tableau Emplois-Ressources des CMER.

Tableau 22 : Production Touristique (PTI = CTI TTC) et Production sectorielle par branches des CMER (en million d'€).

CTI HT = Produc Touristique Intérieure	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	25	20	22	22	24	24	16	12	18	19	21	22	30	9
NH1 - Transports et entreposage	8	6	7	9	8	11	10	6	15	15	17	9	11	76
NI1 - Hébergement et restauration	374	392	397	372	416	500	503	493	451	491	505	562	530	583
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	111	121	118	112	136	135	134	129	122	133	137	157	151	135
NR1 Autres activités de services	148	148	163	156	175	171	167	163	163	184	186	199	180	193
Branche Globale	37	32	42	40	51	45	45	73	48	52	56	52	55	27
TOTAL	701	720	749	712	809	886	875	876	817	894	923	1 002	958	1 022
PRODUCTION Branche Produits Cmer														
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	344	335	348	354	360	366	376	390	402	387	403	412	405	405
NH1 - Transports et entreposage	866	912	953	967	1024	1087	1141	1049	1075	1085	1053	1076	1142	1142
NI1 - Hébergement et restauration	411	376	400	345	375	379	380	364	387	387	407,48	414	424	424
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	697	682	705	705	782	812	784	812	834	850	857	920	878	878
NR1 Autres activités de services	287	310	323	343	383	393	396	396	415	429	399	391	369	369
NL1 - Activités immobilières	1075	1096	1172	1173	1134	1136	1154	1312	1190	1213	1201	1212	1221	1221
EQUILIBRE														
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	Equilibré	Equilibré	Equilibré											
NH1 - Transports et entreposage	Equilibré	Equilibré	Equilibré											
NI1 - Hébergement et restauration	Equilibré	-16	Equilibré	-27	-42	-121	-123	-129	-64	-104	-97	-148	-106	-159
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	Equilibré	Equilibré	Equilibré											
NR1 Autres activités de services	Equilibré	Equilibré	Equilibré											

Équilibre : PTI < Production des branches-produits du tableau Emploi-Ressources des CMER.

Les tableaux 23 à 36 Répartissent la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2006 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

Tableau 23 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Tourismes Récepteur et Interne en 2006 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2006						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	286,4	0,0	0,9	0,3	287,6	417,9	705,5
1. Services d'hébergement des visiteurs	119,7				119,7	88,5	208,1
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	73,3				73,3	54,2	127,5
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	46,4				46,4	34,3	80,7
2. Services de restauration	42,4		0,1	0,1	42,7	132,7	175,4
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs					0,0		0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	5,5		0,1	0,1	5,8		5,8
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	2,1				2,1		2,1
6. Services de transport aérien de voyageurs					0,0		0,0
7. Services de location de matériel de transport	60,3				60,3		60,3
8. Agences de voyage et autres services de réservation			0,1		0,1	66,4	66,6
9. Services culturels	14,6				14,6		14,6
10. Services sportifs et autres services récréatifs	10,9		0,4		11,3	130,3	141,6
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	25,5		0,1		25,6		25,6
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	5,5		0,0		5,5		5,5
A.2. Autres produits de consommation	32,5	6,3	0,4		39,2		39,2
TOTAL	318,9	6,3	1,4	0,3	326,8	417,9	744,7

Tableau 24 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2007 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2007						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	302,7	0,0	0,6	0,2	303,6	419,0	722,6
1. Services d'hébergement des visiteurs	138,3				138,3	88,7	227,1
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	87,7				87,7	56,3	144,0
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	50,6				50,6	32,5	83,1
2. Services de restauration	40,5		0,1	0,1	40,7	133,1	173,8
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs					0,0		0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	4,6		0,1	0,1	4,8		4,8
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	1,2				1,2		1,2
6. Services de transport aérien de voyageurs					0,0		0,0
7. Services de location de matériel de transport	69,8				69,8		69,8
8. Agences de voyage et autres services de réservation			0,1		0,1	66,6	66,7
9. Services culturels	14,7				14,7		14,7
10. Services sportifs et autres services récréatifs	8,6		0,3		8,9	130,6	139,5
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	20,9		0,1		21,0		21,0
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	3,9		0,0		3,9		3,9
A.2. Autres produits de consommation	27,5	6,6	0,3		34,4		34,4
TOTAL	330,2	6,6	0,9	0,2	338,0	419,0	757,0

Tableau 25 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Tourismes Récepteur et Interne en 2008 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2008						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	287,4	0,0	0,8	0,3	288,5	462,9	751,4
1. Services d'hébergement des visiteurs	122,1	0,0	0,0	0,0	122,1	98,0	220,1
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	69,4	0,0	0,0	0,0	69,4	55,7	125,1
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	52,7	0,0	0,0	0,0	52,7	42,3	95,0
2. Services de restauration	43,0	0,0	0,1	0,1	43,2	147,0	190,2
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	4,2	0,0	0,1	0,1	4,4	0,0	4,4
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	2,5	0,0	0,0	0,0	2,5	0,0	2,5
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	62,7	0,0	0,0	0,0	62,7	0,0	62,7
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	73,6	73,7
9. Services culturels	12,9	0,0	0,0	0,0	12,9	0,0	12,9
10. Services sportifs et autres services récréatifs	10,8	0,0	0,4	0,0	11,2	144,3	155,5
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	23,1	0,0	0,1	0,0	23,2	0,0	23,2
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	6,1	0,0	0,0	0,0	6,1	0,0	6,1
A.2. Autres produits de consommation	36,4	8,1	0,4	0,0	44,9	0,0	44,9
TOTAL	323,8	8,1	1,2	0,3	333,4	462,9	796,3

Tableau 26 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2009 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2009						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	272,6	0,0	0,8	0,4	273,7	433,2	707,0
1. Services d'hébergement des visiteurs	113,9	0,0	0,0	0,0	113,9	91,7	205,6
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	76,8	0,0	0,0	0,0	76,8	61,8	138,6
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	37,2	0,0	0,0	0,0	37,2	29,9	67,1
2. Services de restauration	37,9	0,0	0,1	0,2	38,2	137,6	175,7
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	6,0	0,0	0,1	0,2	6,3	0,0	6,3
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	2,9	0,0	0,0	0,0	2,9	0,0	2,9
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	58,7	0,0	0,0	0,0	58,7	0,0	58,7
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	68,9	69,0
9. Services culturels	14,6	0,0	0,0	0,0	14,6	0,0	14,6
10. Services sportifs et autres services récréatifs	11,0	0,0	0,4	0,0	11,4	135,1	146,4
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	23,1	0,0	0,1	0,0	23,2	0,0	23,2
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	4,5	0,0	0,0	0,0	4,5	0,0	4,5
A.2. Autres produits de consommation	33,1	9,1	0,4	0,0	42,6	0,0	42,6
TOTAL	305,7	9,1	1,2	0,4	316,3	433,2	749,6

Tableau 27 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2010 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2010						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	313,9	0,0	0,8	0,4	315,1	476,3	791,4
1. Services d'hébergement des visiteurs	129,7	0,0	0,0	0,0	129,7	100,8	230,6
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	82,4	0,0	0,0	0,0	82,4	64,0	146,4
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	47,4	0,0	0,0	0,0	47,4	36,8	84,2
2. Services de restauration	48,0	0,0	0,1	0,2	48,3	151,2	199,6
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	4,3	0,0	0,1	0,2	4,6	0,0	4,6
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	4,0	0,0	0,0	0,0	4,0	0,0	4,0
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	69,3	0,0	0,0	0,0	69,3	0,0	69,3
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	75,7	75,8
9. Services culturels	14,7	0,0	0,0	0,0	14,7	0,0	14,7
10. Services sportifs et autres services récréatifs	13,8	0,0	0,4	0,0	14,2	148,5	162,7
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	24,0	0,0	0,1	0,0	24,1	0,0	24,1
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	6,0	0,0	0,0	0,0	6,0	0,0	6,0
A.2. Autres produits de consommation	44,0	9,6	0,4	0,0	53,9	0,0	53,9
TOTAL	357,8	9,6	1,2	0,4	369,1	476,3	845,3

Tableau 28: Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2011 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2011						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	358,8	0,0	0,6	0,5	360,0	515,4	875,3
1. Services d'hébergement des visiteurs	173,4	0,0	0,0	0,0	173,4	118,7	292,1
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	106,3	0,0	0,0	0,0	106,3	72,8	179,1
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	67,1	0,0	0,0	0,0	67,1	45,9	113,0
2. Services de restauration	45,2	0,0	0,1	0,2	45,6	178,0	223,6
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	5,6	0,0	0,1	0,2	5,9	0,0	5,9
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	5,2	0,0	0,0	0,0	5,2	0,0	5,2
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	70,9	0,0	0,0	0,0	70,9	0,0	70,9
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	73,8	73,9
9. Services culturels	17,5	0,0	0,0	0,0	17,5	0,0	17,5
10. Services sportifs et autres services récréatifs	11,1	0,0	0,3	0,0	11,4	144,8	156,2
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	24,7	0,0	0,1	0,0	24,8	0,0	24,8
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	5,2	0,0	0,0	0,0	5,2	0,0	5,2
A.2. Autres produits de consommation	38,3	9,2	0,3	0,0	47,7	0,0	47,7
TOTAL	397,1	9,2	0,9	0,5	407,7	515,4	923,1

Tableau 29: Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2012 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2012						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	363,6	0,0	1,0	0,6	365,3	500,7	866,0
1. Services d'hébergement des visiteurs	191,9	0,0	0,0	0,0	191,9	115,3	307,2
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	108,4	0,0	0,0	0,0	108,4	65,1	173,5
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	83,5	0,0	0,0	0,0	83,5	50,2	133,7
2. Services de restauration	40,1	0,0	0,1	0,3	40,5	173,0	213,5
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	5,6	0,0	0,1	0,3	6,0	0,0	6,0
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	4,1	0,0	0,0	0,0	4,1	0,0	4,1
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	71,9	0,0	0,0	0,0	71,9	0,0	71,9
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	71,7	71,9
9. Services culturels	16,6	0,0	0,0	0,0	16,6	0,0	16,6
10. Services sportifs et autres services récréatifs	11,3	0,0	0,5	0,0	11,8	140,7	152,5
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	17,0	0,0	0,1	0,0	17,2	0,0	17,2
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	5,2	0,0	0,0	0,0	5,2	0,0	5,2
A.2. Autres produits de consommation	38,1	9,4	0,7	0,0	48,2	0,0	48,2
TOTAL	401,7	9,4	1,7	0,6	413,5	500,7	914,2

Tableau 30 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2013 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2013						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	329,6	0,0	1,2	0,8	331,6	506,9	838,5
1. Services d'hébergement des visiteurs	181,2	0,0	0,0	0,0	181,2	116,7	297,9
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	89,9	0,0	0,0	0,0	89,9	57,9	147,8
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	91,3	0,0	0,0	0,0	91,3	58,8	150,1
2. Services de restauration	36,5	0,0	0,1	0,4	37,1	175,1	212,2
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	2,3	0,0	0,1	0,4	2,8	0,0	2,8
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	3,7	0,0	0,0	0,0	3,7	0,0	3,7
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	66,1	0,0	0,0	0,0	66,1	0,0	66,1
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	72,6	72,8
9. Services culturels	14,4	0,0	0,0	0,0	14,4	0,0	14,4
10. Services sportifs et autres services récréatifs	9,1	0,0	0,6	0,0	9,7	142,4	152,2
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	12,3	0,0	0,2	0,0	12,5	0,0	12,5
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	3,9	0,0	0,0	0,0	3,9	0,0	3,9
A.2. Autres produits de consommation	68,8	8,9	0,8	0,0	78,5	0,0	78,5
TOTAL	398,4	8,9	2,0	0,8	410,1	506,9	917,0

Tableau 31: Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2014 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2014						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	314,2	0,0	1,8	0,9	316,9	486,2	803,1
1. Services d'hébergement des visiteurs	148,0	0,0	0,0	0,0	148,0	112,0	260,0
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	65,2	0,0	0,0	0,0	65,2	49,4	114,6
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	82,7	0,0	0,0	0,0	82,7	62,6	145,3
2. Services de restauration	38,1	0,0	0,2	0,4	38,7	168,0	206,7
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	4,0	0,0	0,2	0,4	4,6	0,0	4,6
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	10,5	0,0	0,0	0,0	10,5	0,0	10,5
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	62,1	0,0	0,0	0,0	62,1	0,0	62,1
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	69,7	70,0
9. Services culturels	11,2	0,0	0,0	0,0	11,2	0,0	11,2
10. Services sportifs et autres services récréatifs	11,5	0,0	0,9	0,0	12,4	136,6	149,0
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	19,4	0,0	0,2	0,0	19,6	0,0	19,6
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	9,4	0,0	0,0	0,0	9,4	0,0	9,4
A.2. Autres produits de consommation	40,6	9,4	1,2	0,0	51,1	0,0	51,1
TOTAL	354,8	9,4	3,0	0,9	368,0	486,2	854,2

Tableau 32: Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2015 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2015						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	313,9	0,0	7,2	1,0	322,1	556,1	878,2
1. Services d'hébergement des visiteurs	147,8	0,0	0,0	0,0	147,8	128,1	275,8
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	65,1	0,0	0,0	0,0	65,1	56,5	121,6
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	82,6	0,0	0,0	0,0	82,6	71,6	154,2
2. Services de restauration	38,1	0,0	0,7	0,5	39,4	192,1	231,5
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	4,0	0,0	0,7	0,5	5,2	0,0	5,2
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	10,5	0,0	0,0	0,0	10,5	0,0	10,5
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	62,0	0,0	0,0	0,0	62,0	0,0	62,0
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	1,2	0,0	1,2	79,7	80,9
9. Services culturels	11,2	0,0	0,0	0,0	11,2	0,0	11,2
10. Services sportifs et autres services récréatifs	11,5	0,0	3,6	0,0	15,1	156,2	171,4
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	19,4	0,0	1,0	0,0	20,3	0,0	20,3
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	9,4	0,0	0,0	0,0	9,4	0,0	9,4
A.2. Autres produits de consommation	40,6	9,9	4,8	0,0	55,2	0,0	55,2
TOTAL	354,5	9,9	11,9	1,0	377,3	556,1	933,4

Tableau 33 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2016 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2016						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	336,4	0,0	8,2	3,3	347,9	556,1	903,9
1. Services d'hébergement des visiteurs	158,2	0,0	0,0	0,0	158,2	128,1	286,3
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	69,8	0,0	0,0	0,0	69,8	56,5	126,2
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	88,5	0,0	0,0	0,0	88,5	71,6	160,1
2. Services de restauration	40,9	0,0	0,8	1,6	43,4	192,1	235,5
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	4,3	0,0	0,8	1,6	6,7	0,0	6,7
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	11,3	0,0	0,0	0,0	11,3	0,0	11,3
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	66,5	0,0	0,0	0,0	66,5	0,0	66,5
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	1,4	0,0	1,4	79,7	81,0
9. Services culturels	11,9	0,0	0,0	0,0	11,9	0,0	11,9
10. Services sportifs et autres services récréatifs	12,4	0,0	4,1	0,0	16,5	156,2	172,7
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	20,8	0,0	1,1	0,0	21,9	0,0	21,9
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	10,0	0,0	0,0	0,0	10,1	0,0	10,1
A.2. Autres produits de consommation	43,5	11,3	5,4	0,0	60,2	0,0	60,2
TOTAL	380,0	11,3	13,6	3,3	408,1	556,1	964,2

Tableau 34 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2017 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2017						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	411,2	0,0	12,0	2,6	425,8	565,1	990,9
1. Services d'hébergement des visiteurs	213,2	0,0	0,0	0,0	213,2	123,6	336,7
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	79,6	0,0	0,0	0,0	79,6	46,1	125,7
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	133,6	0,0	0,0	0,0	133,6	77,4	211,0
2. Services de restauration	56,4	0,0	1,4	1,3	59,1	185,4	244,5
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	4,8	0,0	0,7	1,3	6,8	0,0	6,8
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	2,8	0,0	0,0	0,0	2,8	0,0	2,8
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	80,2	0,0	0,0	0,0	80,2	0,0	80,2
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	1,9	0,0	1,9	86,5	88,4
9. Services culturels	8,9	0,0	0,0	0,0	8,9	0,0	8,9
10. Services sportifs et autres services récréatifs	14,4	0,0	5,7	0,0	20,1	169,6	189,7
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	21,3	0,0	2,3	0,0	23,7	0,0	23,7
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	9,2	0,0	0,0	0,0	9,2	0,0	9,2
A.2. Autres produits de consommation	36,3	12,2	6,8	0,0	55,4	0,0	55,4
TOTAL	447,5	12,2	18,8	2,6	481,1	565,1	1046,2

Tableau 35 : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2018 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2018						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	412,8	0,0	12,4	2,3	427,5	513,8	941,3
1. Services d'hébergement des visiteurs	221,4	0,0	0,0	0,0	221,4	112,4	333,7
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	86,7	0,0	0,0	0,0	86,7	44,0	130,7
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	134,6	0,0	0,0	0,0	134,6	68,3	203,0
2. Services de restauration	43,5	0,0	1,4	1,1	46,0	168,5	214,6
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	4,3	0,0	0,8	1,1	6,3	0,0	6,3
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	5,4	0,0	0,0	0,0	5,4	0,0	5,4
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	81,8	0,0	0,0	0,0	81,8	0,0	81,8
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	2,0	0,0	2,0	78,7	80,6
9. Services culturels	9,7	0,0	0,0	0,0	9,7	0,0	9,7
10. Services sportifs et autres services récréatifs	14,8	0,0	5,9	0,0	20,7	154,2	174,9
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	28,8	0,0	2,4	0,0	31,2	0,0	31,2
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	3,0	0,0	0,0	0,0	3,0	0,0	3,0
A.2. Autres produits de consommation	39,9	12,3	7,1	0,0	59,3	0,0	59,3
TOTAL	452,7	12,3	19,5	2,3	486,8	513,8	1000,5

Tableau 36. : Répartition de la Dépense/Consommation TTC des Touristes Récepteur et Interne en 2019 (en millions d'€) par produits (selon la classification de l'OMT).

	2019						
	SEJOUR	PLAISANCE	CROISIERE	AUT EXCURS	RECEPTEUR	INTERNE	TOTAL
A.1. Produits caractéristiques du tourisme	515,2	0,0	10,2	3,3	528,7	507,5	1036,2
1. Services d'hébergement des visiteurs	258,7	0,0	0,0	0,0	258,7	111,0	369,7
1.a. Services d'hébergement des visiteurs autres que 1.b	94,5	0,0	0,0	0,0	94,5	40,6	135,1
1.b. Services d'hébergement associés à tous les types de propriété de maison de de vacances	164,2	0,0	0,0	0,0	164,2	70,4	234,6
2. Services de restauration	64,0	0,0	1,2	1,6	66,8	166,5	233,3
3. Services de transport ferroviaire de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4. Services de transport routier de voyageurs	54,7	0,0	0,6	1,6	57,0	0,0	57,0
5. Services de transport par voie d'eau de voyageurs	21,3	0,0	0,0	0,0	21,3	0,0	21,3
6. Services de transport aérien de voyageurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
7. Services de location de matériel de transport	65,2	0,0	0,0	0,0	65,2	0,0	65,2
8. Agences de voyage et autres services de réservation	0,0	0,0	1,6	0,0	1,6	77,7	79,3
9. Services culturels	8,9	0,0	0,0	0,0	8,9	0,0	8,9
10. Services sportifs et autres services récréatifs	9,3	0,0	4,8	0,0	14,1	152,4	166,5
11. Biens caractéristiques du tourisme propre aux pays	7,0	0,0	2,0	0,0	9,0	0,0	9,0
12. Services caractéristiques du tourisme propre aux pays	26,0	0,0	0,0	0,0	26,0	0,0	26,0
A.2. Autres produits de consommation	10,5	12,0	5,8	0,0	28,4	0,0	28,4
TOTAL	525,7	12,0	16,1	3,3	557,0	507,5	1064,6

ANNEXE 2 : METHODE D’EVALUATION DU COMPTE DE PRODUCTION DU TOURISME

L’élaboration du CPT de Martinique repose sur deux hypothèses :

1. **L’égalité immédiate de l’offre et de la demande touristique**, liée à la nécessité de la présence du visiteur et ainsi à la concomitance des opérations de production et de consommation du panier de biens consommés par les visiteurs. Il en ressort que les produits touristiques qui composent la CTI (tableau 2 et 3) sont également des productions touristiques ;
2. **L’unicité de la technologie de production au niveau de chaque branche (des CMER) quelle que soit le consommateur final**. Il en découle trois conséquences quant à la méthode d’évaluation des agrégats :
 - Les produits touristiques constitutifs de la CTI distribués selon la classification-produits de l’OMT (tableaux 4 et 5) peuvent être réaffectés dans les branches-produits des CMER⁴², via la matrice de passage en Annexe 1 (tableau 19). Ainsi, un « bien touristique » (consommé dans une situation touristique) est produit selon la même technologie que celui qui n’est pas consommé dans une situation touristique. Il en résulte la répartition de la Production Touristique selon les branches des CMER, que reproduit le tableau 4 ci-dessous :

Tableau 37 : Répartition de la Production Touristique annuelle selon les branches produits de des CMER de 2006 à 2019 (en millions d’ €)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NC1 et NC2 - Industrie agroalimentaire (y compris sucre et rhum)	24,6	20,2	22,1	22,3	23,6	24,2	16,1	11,6	18,2	19,3	20,8	22,4	29,6	8,5
NH1 - Transports et entreposage	7,8	6,0	6,9	9,1	8,4	10,8	9,8	6,3	14,6	15,3	17,5	9,3	11,3	75,9
NI1 - Hébergement et restauration	374,0	392,2	397,3	372,1	416,1	499,9	503,3	492,8	451,0	490,6	504,6	562,1	530,3	583,2
NM2 - Activités de services administratifs et de soutien	110,7	120,6	118,4	111,8	135,7	135,3	133,9	128,9	122,3	133,0	137,3	156,9	151,2	134,5
NR1 Autres activités de services	147,8	148,2	162,5	156,3	174,9	171,0	167,1	163,4	163,1	183,8	186,4	199,0	179,8	192,9
Branche Globale	36,5	32,3	41,8	40,1	50,8	44,8	45,0	73,2	47,6	51,7	56,4	51,8	55,4	26,5
TOTAL	701,3	719,5	749,0	711,7	809,4	885,9	875,2	876,2	816,8	893,7	923,0	1001,6	957,6	1021,5

Cette répartition identifie les industries caractéristiques du tourisme selon la terminologie du CSTOMT2008 et permet d’évaluer la VABIT ; calculée comme la somme des valeurs ajoutées globales de ces branches. Cette somme regroupe, selon la définition du CSTOMT2008, « la valeur ajoutée brute totale de tous les établissements des industries du tourisme, indépendamment de la question de savoir si toute leur production est fournie aux visiteurs et du degré de spécialisation de leur processus de production » ;

- Les six autres postes du compte de Production Touristique⁴³ sont obtenus en appliquant aux productions touristiques du tableau 37, les taux structurels de chaque branche⁴⁴. Cette méthode permet d’évaluer la VABDT, qui est conformément au CSTOMT2008, la « somme de la part de la valeur ajoutée brute générée par les industries du tourisme et les autres industries de l’économie directement au service des visiteurs en réponse à la consommation du tourisme intérieur ». La VABDT permet ensuite de calculer le PIBDT = VABDT + TVA + Taxes sur Import – Subventions sur les produits. Le montant des taxes (TVA et Taxes sur Import) est issu des calculs de l’Annexe 1 ;

⁴² Respectant ainsi le principe d’équilibre Emploi / Ressource vérifié à l’Annexe 1.

⁴³ Consommation intermédiaire, Valeur Ajoutée, Rémunération des salariés, Impôts sur production, Subventions sur production, Excédent brut d’exploitation/Revenu mixte.

⁴⁴ Taux de VA, de CI, Rémunération des salariés, d’Impôts et de Subventions sur production, d’EBE.

- Le nombre d'emplois directs générés par l'activité touristique en Martinique est évalué par application des taux de productivité apparente (Valeur Ajoutée / effectif salarié) à leur VABDT des branches constitutives du tourisme.

ANNEXE 3 : MÉTHODE D'ÉVALUATION DES EFFETS INDIRECT ET INDUIT DE TOURISME EN MARTINIQUE

Cette annexe explicite respectivement les méthodes d'évaluation des effets indirect et induit, en utilisant l'approche par la Demande puis via celle par l'Offre.

Mesure des effets indirects et induits de la CTI : l'approche par la Demande.

En s'appuyant sur l'équilibre général Macroéconomique⁴⁵ et les fonctions à consommer et à importer, l'approche par la demande évalue les effets indirects et induits du tourisme en une seule fois, en multipliant la CTI par le multiplicateur keynésien du tourisme selon la formule : Somme des effets indirect et induit en terme de PIB = $\frac{CTI}{(1-a-m)}$; avec a la propension marginale à consommer et m la propension marginale à importer.

a et m , les propensions marginales à consommer et importer, sont évaluées via le logiciel Gretl par la méthode des MCO en régressant respectivement :

- Pour m : les importations (Imp) sur le PIB global (PIB), pour une période allant de 1996 à 2019. De cette régression il résulte que $m = 0,3084$;
- Pour a : la Consommation Finale des ménages hors CTI (CM-CTI) sur le PIB global (PIB), pour une période allant de 1996 à 2019. De cette régression il résulte que $a = 0,5202$.

Les séries annuelles de PIB et d'importations données sont issues des CMER définitifs. La Consommation Finale des ménages hors CTI est égale à la différence entre la Consommation Finale des Ménages et la CTI. Entre 2006 et 2019 la Consommation Finale des Ménages est issue de CEROM. Entre 1996 et 2006, la Consommation Finale des Ménages est reconstituée ; en appliquant à la Consommation Finale totale (Ménage + Administration) des années 1996 à 2006⁴⁶, le ratio $\frac{\text{Consommation Finale des Ménages}}{\text{Consommation Finale totale (Ménage + Administration)}}$ de 2006. Entre 2006 et 2019 la CTI est issue des évaluations du Compte de Production du Tourisme. Entre 1996 et 2006, la CTI est reconstituée ; en appliquant à la Consommation Finale des Ménages des années 1996 à 2006⁴⁷, le ratio $\frac{CTI}{\text{Consommation Finale des Ménages}}$ de 2006.

Compte tenu des estimations, le multiplicateur est égal de $1,3 = \frac{CTI}{(1-a-m)} = \frac{1}{(1-0,5202+0,3084)}$.

⁴⁵ PIB = Cons. Fin. Ménages Hors Tourisme + CTI + G + I + (X - M) + Var Stock.

⁴⁶ Issue des CMER définitifs.

⁴⁷ Issue des CMER définitifs.

Mesure des effets indirects et induits via le Compte de production du Tourisme : l'approche par la l'Offre

Les effets indirects sont issus des Consommations Intermédiaires (CI), qui constituent une demande pour l'ensemble des branches de l'économie. Ces CI alimentent la production des autres branches de l'économie et à ce titre sont des retombées générées par la PTI ; d'où le terme « effet indirect ». La création successive de VA issu de la CI initiale est modélisée par une suite géométrique (une liaison de récurrence) de raison égale au Taux VA global de l'économie $\left(\frac{VA}{Production}\right)$ de la forme ci-après : $VA_t = CI_{t-1} \times \text{Taux de VA globale de l'économie}$,

Comme $CI_t = VA_t \left(\frac{1}{Tx \text{ de VA globale de l'économie}} - 1\right)$, il vient :

$VA_t = VA_{t-1} \left(\frac{1}{Tx \text{ de VA globale de l'économie}} - 1\right) \times Tx \text{ de VA globale de l'économie}$, avec comme valeur initiale : $VA_0 = CI \text{ du Compte de Production} \times Tx \text{ de VA globale de l'économie}$. D'où la somme des effets indirects :

$$\sum_{t=0}^{t=\infty} VA_t = CI_0$$

avec $VA_0 = CI_0 \times Tx \text{ de VA globale de l'économie}$; d'où il résulte que la somme des effets indirects de la CTI est égale aux CI initiales du Compte de Production du Tourisme.

Les effets induits sont estimés selon la même méthode que les effets indirects, en considérant nul le taux d'épargne. Les effets induits sont issus le poste Salaires du Compte de Production (SAL). Les salaires occasionnent des dépenses, soit une demande et conséquemment des productions pour l'ensemble des branches de l'économie. A ce titre ils génèrent des retombées occasionnés par la PTI ; d'où le terme « effet induit ». La genèse successive de VA issue des salaires est modélisée par une suite géométrique (une liaison de récurrence) de raison égale au Taux de VA de l'économie $\left(\frac{VA}{Production}\right)$ de la forme ci-après : $VA_t = SAL_{t-1} \times \text{Taux de VA globale de l'économie}$.

Comme $SAL_t = VA_t \times Tx \text{ de SAL globale de l'économie} \left(= \frac{Salaires}{VA}\right)$, il vient :

$VA_t = VA_{t-1} \times Tx \text{ de SAL globale de l'économie} \times Tx \text{ de VA globale de l'économie}$, avec comme valeur initiale : $VA_0 = SAL \text{ du compte de production} \times Tx \text{ de VA globale de l'économie}$.

D'où la somme globale des effets induits :

$$\sum_{t=0}^{t=\infty} VA_t = \frac{VA_0}{1 - Tx \text{ de SAL globale de l'économie} \times Tx \text{ de VA globale de l'économie}}$$

Avec $VA_0 = SAL_0 \times Tx \text{ de VA globale de l'économie}$.

ANNEXE 4 : LES RATIOS DE POIDS DU TOURISME ET LEUR INTERPRÉTATION

Tableau 38 : Les ratios de poids du tourisme et leur interprétation

Ratio	Interprétation
POIDS DU TOURISME SUITE AUX EFFETS DIRECTS	
CTI TTC / PIB	<p>Ce ratio mesure l'importance du tourisme via :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sa capacité à générer du Revenu macroéconomique dans une approche par la demande ; • La priorité donnée au tourisme par l'économie domestique à la production de biens touristiques (consommés dans des situations de tourisme interne et /ou réceptrice) ; le PIB étant considéré comme la production nette macroéconomique.
CTTR TTC / EXPORTATION	<p>Le tourisme récepteur générant une recette extérieure, est une exportation et ce ratio mesure l'importance de l'exportation touristique comparativement à l'ensemble des exportations. Dans la situation de la Martinique, exclure les exportations d'hydrocarbures affine le ratio ; la décision d'implanter une raffinerie en Martinique relevant d'un choix administratif.</p>
CTTR TTC / SOLDE EXTERIEUR	<p>Ce ratio mesure la contribution du tourisme d'exportation au financement du solde extérieur.</p>
IMPOTS sur PRODUITS TOURISME / IMPOTS sur PRODUITS⁴⁸	<p>Ce ratio renseigne sur l'importance des impôts sur produits issus de l'activité touristique dans le total des impôts sur produits.</p>
PT (= CTI HT) / PRODUCTION TOTALE	<p>Ce ratio mesure la part de la Production touristique dans la Production Intérieure Totale de l'économie et révèle l'importance du tourisme dans la production globale de l'économie.</p>
PT / Production des INDUSTRIES DU TOURISME	<p>Comparativement à l'indicateur précédent (PT/ PRODUCTION TOTALE, ce ratio limite la comparaison aux Industries du Tourisme⁴⁹. Il mesure la dépendance de la Production des Industries du Tourisme vis à vis la Consommation Touristique.</p>
VABDT / VA TOTALE	<p>Ce ratio évalue la dépendance de la Valeur Ajoutée globale de l'économie vis-à-vis de la Valeur Ajoutée</p>

⁴⁸ Selon la classification des CMER du tableau Emploi/Ressources par produits, D21. Impôts sur produits = D212. Impôts sur imports + D214. Autres impôts sur produits + D211. TVA non déductible - D31. Subventions sur produits.

⁴⁹ Cf. note de bas de page 4.

	générée par la Production Touristique.
VABDT / VABIT	Comparativement à l'indicateur précédent (VABDT / VA TOTALE), ce ratio limite la comparaison aux Industries du Tourisme ⁵⁰ . Il mesure le poids de la VA Touristique dans la VA des Industries du Tourisme, et ainsi l'importance de la CTI pour les Industries du Tourisme.
PIBT / PIB	Ce ratio mesure l'importance du tourisme via sa capacité à générer du Revenu macroéconomique dans une approche par l'offre.
EMPLOIS SALARIES DIRECTS / EMPLOI SALARIE TOTAL – Approche par la Demande	Ce ratio informe sur l'importance de l'emploi touristique salarié direct évalué à la partir l'approche par la Demande dans l'emploi salarié total.
EMPLOIS SALARIES DIRECTS / EMPLOI SALARIE TOTAL – Approche par l'Offre	Ce ratio informe sur l'importance de l'emploi touristique salarié direct évalué à partir de l'approche par l'Offre dans l'emploi salarié total.
POIDS DU TOURISME SUITE AUX EFFETS GLOBAUX (Direct + Indirect + Induit)	
PIB tourisme Effet complet (Appr. Demande) / PIB	Ce ratio mesure l'importance du tourisme via sa capacité à générer un Revenu macroéconomique, suite aux effets multiplicateurs de la CTI dans une approche par la Demande.
PIB tourisme Effet complet (Appr. Offre) / PIB	Ce ratio mesure le poids du tourisme dans le PIB, en considérant ses effets direct, indirect et induit, à partir d'une une approche par l'Offre.
EMPLOI TOURISTIQUE SALARIÉ COMPLET / EMPLOI SALARIÉ TOTAL - Approche par la Demande	Ce ratio informe sur l'importance de l'emploi touristique salarié issus des effets direct et complémentaire évalué à à partir l'approche par la Demande dans l'emploi salarié total
EMPLOI TOURISTIQUE SALARIÉ COMPLET / EMPLOI SALARIÉ TOTAL - Approche par l'Offre	Ce ratio informe sur l'importance de l'emploi touristique salarié issus des effets direct, indirect et induits évalué au terme de l'approche par l'Offre dans l'emploi salarié total

⁵⁰ Cf. note de bas de page 4.