



Séminaire Economique - AFD Guadeloupe
« Attractivité et Qualité : quels relais de croissance durable pour la Guadeloupe ? »
10 octobre 2016 au Mémorial ACTe

Synthèse et conclusions

Le séminaire du 10 octobre, organisé par l'Agence Française de Développement (AFD), en association avec la Région, a été une journée d'échange autour des défis économiques, techniques, scientifiques, environnementaux, culturels et sociaux et des atouts du territoire. Placé sous le thème « **Attractivité et Qualité : quels relais de croissance durable pour la Guadeloupe ?** », ce séminaire s'est articulé autour de trois tables rondes, durant lesquelles intervenants et participants ont réfléchi à une trajectoire de développement économique basé sur les atouts de la Guadeloupe. Fédérer les multiples initiatives des industries culturelles à l'économie sociale et solidaire, valoriser le potentiel des zones d'activités telles le Port et Jarry, créer du lien avec l'ensemble du territoire, développer une marque touristique forte sont autant de pistes à aborder pour un nouvel essor dans l'archipel guadeloupéen.

Ce séminaire a permis **i) d'identifier l'attractivité, les atouts et défis de la trajectoire de croissance** de l'archipel guadeloupéen, **ii) de réaffirmer les atouts et défis**, bases de développement de la Guadeloupe et **iii) de mettre en lumière des potentiels nouveaux et les leviers** à actionner pour un projet de territoire renouvelé.



« Nuage » de mots tirés des échanges du 10 octobre.

Les **engagements des acteurs du territoire** ainsi que les **pistes des travaux** sur l'attractivité et la qualité sont exposées dans la présente synthèse, et **marquent la volonté forte** d'une poursuite de ces échanges.



1. Identifier l'attractivité guadeloupéenne, les atouts et défis de sa trajectoire de croissance

Des dynamiques parfois contradictoires révèlent l'attractivité actuelle du territoire guadeloupéen. Celle-ci peut être analysée sous trois prismes : démographique, économique, touristique.

D'un point de vue démographique ou résidentiel, le solde migratoire s'accroît, depuis 1982, phénomène concernant particulièrement les jeunes. Sur le plan économique, la Guadeloupe est une économie de consommation (important dix fois plus que ses exportations), tournée vers la satisfaction de la population présente (touristes comme résidents), et où l'emploi industriel faible est en renforcement (alors qu'il diminue dans toutes les régions métropolitaines). Enfin, l'attractivité touristique est indéniable, et en progression.

Nombre d'atouts sont donc identifiés, mais font face à la problématique du manque d'organisation sectorielle et à l'insuffisance d'équipements structurants (eau, déchets notamment).

L'économie de la Guadeloupe repose pour une large part sur la commande publique, les transferts sociaux, le poids de la fonction publique : aujourd'hui, tous ces leviers sont activés à leur niveau maximum. L'important taux de chômage demeure. Dès lors, il apparaît indispensable de s'appuyer sur l'initiative privée pour construire une trajectoire de croissance pérenne et propice à l'emploi. Développer les outils de compétitivité passerait par un renforcement des partenariats publics-privés.

Le rôle fondamental des collectivités a été rappelé. Conscientes des responsabilités qui leur incombent et des difficultés financières auxquelles elles font face, elles ne doivent pas se substituer à l'initiative privée mais la favoriser. Les infrastructures publiques joueront un rôle fondamental dans ce processus : l'état des réseaux routiers, des équipements aéroportuaires et portuaires, est à la hauteur de ceux qui existent dans le reste de la Caraïbe. Mais en berne, il demeure l'eau et les déchets qui nuisent à l'essor du tourisme et au « bien-être collectif ». Il en est de même des infrastructures numériques qui conditionneront la réussite d'initiatives privées visant des marchés plus large que l'échelle locale ou régionale ; la Guadeloupe devra aussi tirer profit de la révolution numérique dans l'ensemble des secteurs d'activité considérés.

Ainsi que l'a exposé le Conseil Economique et Social Régional (CESR) au cours de ce séminaire, « le capital humain est un atout incontournable à valoriser car gage d'une performance accrue ; il s'agit d'un impératif du développement du territoire » (Jocelyn JALTON, président du CESR). Le faire fructifier revient à adapter les besoins à la demande par le biais par exemple d'une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences.

2. “Penser global, agir local” (sic. David BOUCAUD, CANBT)

En dépit des bons résultats obtenus sur la période récente en matière touristique, la Guadeloupe est en quête d'un renouveau pour l'attractivité touristique. L'aéroport Guadeloupe Pôle Caraïbes, fort du franchissement de la barre des 2 millions de passagers en 2015, cherche à « se renouveler » et s'inscrit dans la voie du développement du low-cost, un type de trafic qui a permis à de nombreux aéroports français et européens d'augmenter sensiblement leur fréquentation ces 15 dernières années. Il est à retenir que l'attractivité



touristique de la Guadeloupe est indéniable (Satisfaction touristes Guadeloupe : 97 % satisfaits de l'accueil. 85 % envisagent de revenir.)

La stratégie européenne 20/20 se base sur la loi des avantages comparatifs, poussant chacun à se spécialiser. Pour la Guadeloupe, faut-il réellement se lancer dans un tel processus ou privilégier une montée en gamme dans certains domaines ?

L'acte de consommer les produits locaux est reconnu par tous comme un soutien fort à l'équilibre économique et au déploiement des marchés mais il est également mis en lumière que cet acte de consommation « locale » ne doit pas faire abstraction du besoin de compétitivité à l'international. Il est rappelé que la Guadeloupe est un pivot français en zone américaine.

Le développement du Port ne peut pas se concevoir en vase clos (arrière-pays). Il faut penser ce développement à l'échelle du territoire. L'investissement récent vise bien au-delà du trafic de transbordement. Avec un maillage de lignes supplémentaires, avec de nouveaux marchés et armateurs, les entreprises de Guadeloupe ont une carte à jouer (exemples : sur les intrants et approvisionnements via la transformation de produits et leur réexportation). Il est rappelé que le Port de Guadeloupe présente des critères de fiabilité recherchés par de nombreux armateurs mondiaux. A la différence de Kingston, il n'est pas engorgé. Le coût n'est donc pas l'unique critère de compétitivité ; le Port de Guadeloupe présente les atouts suivants : bonne rotation (25 mouvements de l'heure), plages horaires flexibles (même le soir), fermé qu'un seul jour par an, ouvert 24h/24h (navires chargés jusqu'à minuit). Il est donc à rechercher un renforcement de ces critères afin de favoriser la demande encore insuffisante.

3. S'approprier de nouveaux potentiels et activer le levier des outils existants

En matière de tourisme, le séminaire aura insisté sur l'investissement de marque a qui permettra d'organiser chacune des îles de l'archipel autour d'une promesse forte et identitaire. L'idée de la marque et de l'identité guadeloupéenne et de son affirmation a fait l'unanimité. Le Comité du Tourisme des Iles de Guadeloupe oriente ainsi déjà largement ses efforts sur cette volonté de création de marques « Iles de Guadeloupe ». Il conviendra autant que possible d'associer la population de Guadeloupe au développement touristique de leurs îles.

L'efficacité de la conduite des actions touristiques passera aussi par le renforcement des statistiques en la matière : l'observatoire du tourisme, outil récent, devrait prendre toute sa part dans ce processus de développement et d'adaptation.

Outre le développement de ce tourisme basé sur l'identité guadeloupéenne, la tendance est au renforcement des voyages d'affaires (en augmentation ces dernières années) et à la révolution low-cost qui intervient avec un décalage de près de 15 ans dans les outre-mers.

L'économie sociale et solidaire pèsera dans la recherche d'attractivité économique. Ce secteur présente un très fort potentiel en Guadeloupe : 11% activité économique et 12 % des emplois. Il se pose la question de la financiarisation du modèle ESS en Guadeloupe. Il est à rechercher une structuration transversale et intersectorielle de l'ESS.

Il est reconnu la nécessité de rechercher de nouvelles impulsions basées sur l'existant (exemples : Jarry, le Port) Il est à observer en Guadeloupe une concentration des zones économiques : il y a un regroupement des entreprises dans une logique de synergies et de



rentabilité économique. L'analyse actuelle montre que trop de concentration entraîne des externalités négatives, à l'instar de Jarry. Dès lors, cette dernière zone industrielle, qui regroupe plus de 3 500 entreprises, n'a pas vocation à en accueillir davantage ; elle peut servir de locomotive au déploiement d'autres zones d'activité sur le territoire.

Les industries culturelles et créatives pourraient constituer un véritable terreau pour stimuler des processus d'accumulation de capital sur le territoire. En effet, de nombreuses initiatives, en ordre dispersé ou isolé, contribuent à l'investissement de marque évoqué supra. Il s'agit de trouver une transversalité entre activités culturelles et activités économiques au service du territoire. Plus globalement, à l'instar de Pointe-à-Pitre qui dispose du label « ville d'art et d'histoire », il est nécessaire de miser sur d'autres promesses touristiques que les plages. Il faut viser le créneau culturel et le développer jusqu'à « organiser l'exportation de nos biens et services culturels » (Alain MAURIN, Université des Antilles).

A l'image de « Marie-Galante, île du tourisme durable », l'attractivité peut être la résultante d'une stratégie globale sur un petit territoire. Le projet de Marie-Galante comprend 4 volets : territoire à énergie positive, île tournée vers son environnement maritime, tourisme agricole durable (objectif : autonomie alimentaire), île dynamique et sportive.

Plus généralement, la transition énergétique est aussi un puissant levier d'attractivité, la Guadeloupe pouvant constituer, grâce à son potentiel diversifié, un véritable laboratoire en la matière.



Conclusions et engagements à l'issue du séminaire

1. Activer et pérenniser un mécanisme de concertation pour une politique d'attractivité

Les acteurs du séminaire économique ont affirmé leur volonté de poursuivre une réflexion pérenne sur le développement et l'attractivité du territoire. Les acteurs présents (collectivités, secteur privé et société civile) ont exprimé leur envie de poursuivre cette coordination et discussions, en s'engageant à maintenir la participation des acteurs de la Guadeloupe.

L'ensemble des acteurs est désireux de se fixer un agenda des solutions, des dates et des objectifs concrets, en capitalisant sur les travaux réalisés et les schémas existants ou en cours (schéma de la Région, projets des territoires comme le PASEC de Cap Excellence, le projet de « territoire propre » de la CANBT).

A terme, les acteurs locaux souhaiteraient proposer à l'Etat et l'Union Européenne une véritable stratégie de développement, choisie et établie, à partir de pôles d'activités et d'excellence établie avec les guadeloupéens.

L'Etat, très favorable à ce que les acteurs de l'archipel poursuivent ce travail, réitère sa proposition de mettre des outils à disposition, une fois leurs propres choix effectués en faveur de l'attractivité du territoire.

La Région et le Département dans leurs rôles de stratèges, sont là pour fixer des cadres, mais c'est ensuite aux acteurs à moindre échelle de développer, en s'appuyant également davantage sur le secteur privé.

L'AFD continuera d'appuyer les initiatives des acteurs publics et privés dans le périmètre d'actions qui lui est dédié et accentuera son rôle de conseil et d'expertise dans cette quête collective de renforcement de l'attractivité de l'archipel.

2. Apprécier / mesurer l'attractivité

L'attractivité, dans ses trois dimensions : démographique ou résidentielle, économique et touristique, est évaluable. Dans le cadre des discussions à poursuivre, il est proposé de réfléchir à un modèle de d'appréciation ou de mesure de l'attractivité. Les acteurs présents suggèrent d'aller au-delà des indicateurs macroéconomiques habituels qui aveugleraient le débat public. Les indices de bien-être (social, de santé sociale) seraient un premier pas vers la mesure de cette attractivité.

* * *