

Challenge^s

CHALLENGES > ÉCONOMIE

Économie

Un an après Irma, Saint-Barth fait à nouveau le plein de touristes

Par Isabelle de Foucaud le 20.12.2018 à 08h00

ABONNÉS

REPORTAGE - La haute saison touristique s'ouvre à Saint-Barthélemy, le « joyau des Antilles françaises » qui a été dévasté par l'ouragan Irma en septembre 2017. Reconstitués en un temps record, les hôtels sont presque tous prêts à accueillir la clientèle de luxe restée fidèle à l'île, qui montre toutefois de sérieux signes de saturation.



Plage du Colombier à Saint-Barthélemy

ISABELLE DE FOUCAUD/CHALLENGES

SUR LE MÊME SUJET

- **Irma: Après Saint-Martin, Macron se rend à Saint-Barthélemy**
- **Comment "Saint-Barth" est devenu un paradis pour riches**

Le long des quais du port de Gustavia, le quartier capitale de Saint-Barthélemy, le marché de Noël bouillonne en ce début de soirée du dimanche 9 décembre 2018. Des dizaines de « Saint-Barths » sont venus en famille partager les gourmandises offertes à leurs papilles sur des tables à tréteaux. Sans doute l'une des dernières soirées de détente avant le grand saut dans la haute-saison touristique. La première depuis que l'ouragan Irma a dévasté cette île de 21km² - et sa voisine Saint-Martin (voir encadré) - toutes deux balayées par des vents de près de 400km/h, le 6 septembre 2017.

Saint-Barth et ses quelque 10.000 habitants reviennent de loin. Les dégâts ont été estimés à plus de 820 millions d'euros par les compagnies d'assurance. Sachant que le PIB de l'île s'élevait à 367 millions d'euros en 2014 (selon la dernière réévaluation en 2018 de l'IEDOM et l'AFD). L'industrie touristique, dont dépend l'économie quasi entière de l'île, était à terre. Pas un hôtel, une villa et une plage n'ont été épargnés par la colère dévastatrice du cyclone. Villa Marie (Maisons & Hôtels Sibuet), un cinq étoiles situé sur les hauteurs de l'Anse des Flamands, qui avait ouvert fin 2016 après de gros travaux de rénovation, a ainsi subi 5 millions d'euros de dommages (dégâts matériels et perte d'exploitation inclus), couverts par les assurances. Idem pour le Christopher, à la Pointe Milou, à qui Irma a coûté « une dizaine » de millions d'euros. Jouant de malchance l'hôtel, à peine reconstruit, a subi un incendie qui a détruit sa partie restauration, à trois jours de sa réouverture initialement prévue.

Clientèle fidèle

Mais à voir les yachts amarrés juste à côté des stands du marché de Noël, dont les lumières des hublots font presque de l'ombre aux décorations sur les quais, on ne peut que constater que les affaires ont repris sur le front du tourisme de luxe, le cœur de cible de ce « joyau des Antilles françaises » qui attire près de 200.000 visiteurs par an, dont 60% d'Américains. « L'île a rebondi très vite, grâce à la solidité de son bâti, la solidarité de ses habitants et à sa bonne santé économique », résume Bruno Magras, président de la collectivité quasi autonome depuis 2007. « Nous n'avons pas eu à attendre le versement des indemnités des assurances, ni l'aide de l'Etat pour nous remettre au travail. »



« En décembre 2017, juste après le cyclone, notre capacité d'accueil était de 25%. Certains hôtels avaient rouvert partiellement, ce qui a tout juste permis à l'économie de tenir debout », se souvient Nils Dufau, vice-président de la collectivité et président du Comité du tourisme. Si ce n'était pour les nombreux chantiers de construction ou de rénovation qui plongent l'île dans une ambiance sonore rythmée, les stigmates d'Irma auraient totalement disparu de Saint-Barth. A trois jours de la réouverture prévue du Sereno, un hôtel indépendant sur le front de mer à Saint-Jean, 175 ouvriers s'activaient encore pour reconstruire le restaurant, remettre en route la piscine et aménager les bungalows au bord de l'eau.

Saint-Barth a retrouvé la quasi-totalité de sa capacité d'hébergement en un temps record. Les 800 villas (2100 chambres) et presque tous les hôtels (500 chambres dans 27 établissements) ont rouvert, à l'exception de trois établissements emblématiques - Eden Rock (groupe Oetker Collection), Guanahani et Carl Gustaf (groupe Barrière) - qui resteront fermés jusqu'en 2019. Le Cheval Blanc (LVMH), quant à lui, a rouvert partiellement le 1er décembre et entamera une deuxième vague de travaux en juin pour une ouverture complète en octobre 2019.



Depuis Thanksgiving, qui a marqué le retour d'une clientèle fidèle en provenance des Etats-Unis, surtout de New York, les hôteliers rincés par des mois de travaux et d'incertitudes quant à leur date de réouverture ont retrouvé le sourire. Ils affichent tous complet pour la période cruciale des fêtes, entre Noël et le Nouvel An, et antioipent, selon les établissements, des taux d'occupation de 65 à 80% sur l'ensemble de la saison. « Les réservations retrouvent leur niveau d'il y a deux ans », se réjouit Nicolas Rondelli, le directeur tout nouvellement nommé de Villa Marie, qui a pu rouvrir en mars 2018. Olivier Leroy, directeur du Christopher, assure aussi que les prévisions pour la saison 2018-2019 sont « déjà excellentes ». Et selon lui, « les taux d'occupation sont en hausse constante depuis cinq ans ».

Une île «un peu dépassée par son développement»

Il faut dire que Saint-Barth, découverte en 1493 par Christophe Colomb et qui était autrefois un caillou aride et inhospitalier, a vu débarquer de gros groupes d'hôtellerie de luxe ces dernières années. L'île, devenue le rendez-vous incontournable des célébrités et riches hommes d'affaires depuis que David Rockefeller en a fait « the place to be » à partir de 1957, s'est professionnalisée, et diversifiée. S'ils s'agacent de voir les médias décrire leur destination comme le paradis du bling bling et des paillettes, notamment à cause de la confusion entre les touristes de luxe et les habitants locaux qui, selon eux, en découle, les professionnels reconnaissent vouloir garder l'île pour « une certaine élite ». Les 5 étoiles pèsent pour un tiers de l'offre hôtelière, qui compte aussi quelques 3, 4 étoiles et hôtels de charme.

De Beyoncé, Rihanna à Abramovitch, Leonardo DiCaprio, ou encore Paul McCartney, « toutes les stars viennent à Saint-Barth pour les fêtes, mais cela ne concerne que 10 jours dans l'année », défend Pascale Minarro-Baudouin, directrice de l'agence immobilière Sotheby's International Realty de Saint-Barth et présidente de l'association de loueurs de villas. Des villas qui se louent entre 100 et 200.000 euros la semaine en moyenne. Du côté des hôtels 5 étoiles, il faut compter entre 500 et 1000 euros la nuit en basse saison (mai à juin) et 1500 à 4000 euros durant la période festive.

« L'île est un peu dépassée par son développement. On est arrivé à saturation », reconnaît Nils Dufau. La collectivité assure que plus aucun nouvel hôtel ne sera construit et que le nombre de villas en construction va être limité. Dans un rapport sur l'aménagement du territoire qui doit être rendu à la collectivité en fin d'année, le Conseil économique social et culturel de Saint-Barthélemy s'inquiète de la trop forte densité de population sur l'île (449 habitants au km² contre 246 en Guadeloupe) avec l'explosion du tourisme. A la détérioration des infrastructures, aux nuisances sonores liées à la multiplication des chantiers et à la fragilisation des milieux naturels, s'ajoute le déséquilibre le plus criant : la raréfaction des biens immobiliers disponibles contribue à une flambée des prix à la location et l'achat, rendant les conditions de vie des locaux plus difficiles.

»

Irma, une «opportunité»

« Notre volonté n'est plus de développer notre clientèle mais de consolider l'existante afin qu'elle revienne », assure Nils Dufau, qui mise par exemple sur une offre culturelle variée, portée par des événements comme le Gourmet Festival ou la Art Party. « La plupart des hôtels avaient prévu des travaux de rénovation dans les prochaines années et l'ouragan a avancé leur calendrier. Certains établissements en ont profité pour réaliser de nouveaux aménagements et revoir leur offre de services », ajoute-t-il.

Au bord de la plage de l'Anse des Cayes, le Manapany, du groupe français B-Signature, a été entièrement redécoré et repensé. Ancien 4 étoiles hissé au rang de 5 étoiles, il se présente désormais en « éco-resort ». Matériaux locaux, peintures sans solvants, menus composés uniquement de poissons locaux, faible consommation d'eau... « Nos suites et villas, ainsi que le restaurant ont été conçus pour être respectueux de l'environnement », se félicite Franck Leloup, directeur général. Ce type de repositionnement fait la fierté de Nils Dufau, qui préfère voir en Irma « une opportunité ». « C'est une destination entière qui a été rénovée, avec aussi ses boutiques, ses restaurants et ses bars. Notre île est plus belle et plus pimpante que jamais. »

A Saint-Martin, le tourisme repart doucement

Plus de deux tiers de la capacité d'accueil du parc hôtelier (1602 chambres en 2016, selon l'IEDOM) ont été soufflés par Irma, tandis que l'aéroport international de Juliana et le port de Philipsburg, principales portes d'entrée de l'île, ont subi des dégâts majeurs. Contrairement à sa voisine Saint-Barthélemy, l'île des Antilles partagée entre un côté français et un côté néerlandais peine à rebondir, en partie plombée par un faible taux d'assurance et la lenteur des indemnisations. Les maisons et immeubles détruits paraissent encore plus nombreux que les habitats reconstruits. Au loin, une multitude de points bleus sont dispersés sur les collines verdoyantes. Ce sont les bâches en plastique qui font office de toits pour les maisons ravagées... Aujourd'hui, environ 50% de l'offre d'hébergement en hôtels est disponible. « Les établissements, comme les particuliers, ont dû engager des travaux de mise aux normes afin d'assurer la sécurité des clients. Ils ont évité de mettre des chambres au rez-de-chaussée, par exemple, ou prévu des pièces sécurisées dans les étages en cas de cyclone », détaille Stéphanie Bessière, directrice du tourisme à la collectivité de Saint-Martin. Certains hôtels affichent des taux de réservation de 85 à 90%. Il faut dire que, contrairement aux établissements de Saint-Barth, ils n'ont pas hésité à offrir des promotions pour attirer le chaland. Comme à St Barth, en revanche, les hôteliers profitent de la nécessaire reconstruction pour faire évoluer leur concept ou monter en gamme. « Un trois étoiles refait peut prétendre à une quatrième étoile », signale Aïda Weinum, directrice de l'Office de tourisme. « Nous souhaitons développer notre île en ciblant une clientèle plus haute en valeur. » Saint-Martin, qui attire une clientèle plutôt de classe moyenne voire des CSP+, à 70% en provenance des Etats-Unis et du Canada, affiche des prix hôteliers trois fois moins chers qu'à St Barth pour la même catégorie de chambre. Outre les passagers des croisières, St Martin veut aussi s'imposer dans des thématiques fortes, notamment, comme Las Vegas, en tant que destination de mariage. « La collectivité a simplifié les procédures administratives pour marier les couples étrangers qui le souhaitent. »

