

# Le Monde

ÉCONOMIE

## Les touristes américains mettent de nouveau le cap sur « Saint-Barth »

Quinze mois après les ravages de l'ouragan Irma, l'île des Caraïbes a tourné la page, alors que celle de Saint-Martin en est encore loin.

Par Guy Dutheil · Publié le 28 décembre 2018 à 06h24 · Mis à jour le 28 décembre 2018 à 06h24



La baie Saint-Jean sur l'île de Saint-Barthélemy, en décembre 2017. HELENE VALENZUELA / AFP

Mariah Carey en concert privé au Nikki Beach, un show aquatique sur fond de feu d'artifice dans la piscine du Christopher avec des petites sirènes... Quinze mois après les ravages de l'ouragan Irma, le 6 septembre 2017, Saint-Barthélemy est repassée au vert. Vert comme la végétation à nouveau luxuriante de l'île et, surtout, vert comme le dollar. Car les touristes américains sont de retour, comme *Le Monde* a été convié à le constater par la collectivité.

« Saint-Barth », comme la surnomment les habitués, a gagné son pari. « *Le premier test a été Thanksgiving, le dernier jeudi de novembre. Pour l'ouverture officielle de la saison, nos "meilleurs clients" sont revenus* », se félicite Nils Dufau, vice-président de la collectivité et président du comité du tourisme de Saint-Barthélemy. L'île joue gros avec les Américains. Ils constituent « 60 % à 65 % » de sa clientèle, précise M. Dufau. Pour les financiers de Wall Street ou les fortunes de l'immobilier de Floride, Saint-Barthélemy fait office de proche banlieue chic. Un Neuilly des Caraïbes, à deux heures et demie d'avion de Miami et à peine quatre heures de New York.

Pour le plus grand bonheur de Saint-Barthélemy, les touristes semblent avoir rangé Irma au rayon des souvenirs. « *Ils n'ont pas oublié l'ouragan, car ils ne l'ont pas vécu. Ils ont juste "souffert" de n'avoir pas pu venir l'hiver dernier. Et maintenant, ils veulent participer à la relance de l'île* », explique Sabine Masegla, directrice des ventes et du marketing du Guanahani, l'une des plus prestigieuses adresses de l'île. « *Les gens n'attendaient que de pouvoir revenir* », renchérit Nils Dufau.

Pour le plus grand bonheur de Saint-Barthélemy, les touristes semblent avoir rangé Irma au rayon des souvenirs. *« Ils n'ont pas oublié l'ouragan, car ils ne l'ont pas vécu. Ils ont juste "souffert" de n'avoir pas pu venir l'hiver dernier. Et maintenant, ils veulent participer à la relance de l'île »,* explique Sabine Masseglia, directrice des ventes et du marketing du Guana-hani, l'une des plus prestigieuses adresses de l'île. *« Les gens n'attendaient que de pouvoir revenir »,* renchérit Nils Dufau.

#### **L'avenir en rose**

Réunie mardi 18 décembre à Gustavia, la « capitale » de Saint-Barthélemy, l'assemblée générale de l'association des hôteliers de l'île voit l'avenir en rose. *« C'est une très belle saison qui s'annonce. La tendance est à la hausse par rapport à 2016, il y a plus de réservations jusqu'à la fin de mai qu'il y a deux ans »,* se réjouit M<sup>me</sup> Masseglia. *« En temps normal, Saint-*

**« Trois mois après l'ouragan, nous avons déjà récupéré 25 % de notre capacité d'accueil »**

**NILS DUFAU**

président du comité du tourisme de Saint-Barthélemy

*Barth accueille chaque année de 170 000 à 180 000 touristes »,* pointe le vice-président de la Collectivité. Pour son retour à la normale, la destination huppée prévoit qu'ils devraient être encore plus nombreux cette saison.

A vrai dire Saint-Barth n'a jamais douté de son avenir. L'élan de ce petit paradis pour riches n'a jamais été brisé. Tout au plus ralenti par l'ouragan. Pourtant, les pointes de vent à plus de 450 kilo-

mètres par heure ont fait d'énormes dégâts matériels et quelques blessés légers. Maisons particulières, magasins, entreprises, villas et grands hôtels ont été soufflés par les bourrasques ou noyés sous les flots. La facture d'Irma est à la hauteur de la violence des éléments : plus de 800 millions d'euros au total, dont « 10 millions d'euros pour la Collectivité et plus de 700 millions d'euros pour les particuliers », a calculé M. Dufau.

Pas de quoi effrayer Saint-Barthélemy. Ouragan ou pas, c'est « business as usual ». « Il y avait trois très grosses transactions immobilières en cours avant Irma, elles se sont poursuivies sans modifications », note la dirigeante du Guanahani. Des ventes de villas évaluées entre 40 et 60 millions d'euros chacune. Grâce à la taxe de 5 %, dite « taxe de quai », prélevée par la Collectivité sur toutes les importations et les nuitées, ces ventes « ont permis à l'île de vivre sans pouvoir compter sur les taxes de séjour » versées en temps normal par les touristes, indique M<sup>me</sup> Masegla. Et sans attendre l'aide de l'Etat. « Saint-Barth reverse plus d'argent à l'Etat que celui-ci ne lui en donne », se flatte le vice-président de la Collectivité.

« En décembre 2017, trois mois après l'ouragan, nous avons déjà récupéré 25 % de notre capacité d'accueil », précise M. Dufau. Un an plus tard, l'île a remis en place toute son offre d'hébergements. A marche forcée, grâce à l'appui des autorités qui ont autorisé des reconstructions à l'identique sans formalités.

Mezza voce, la Collectivité et les hôteliers admettent qu'Irma a été « un mal pour un bien ». Avec l'argent des assurances, les 800 villas (2100 chambres) et les 27 hôtels (500 chambres) se sont refait une beauté. La Villa Marie, le cinq-étoiles du groupe Maisons & Hôtels Sibuet, accrochée à flanc de colline, face à la mer, s'est offert une rénovation avec les 5 mil-

lions d'euros remboursés. Balayé par les eaux, le Manapany, propriété du groupe B Signature, s'est choisi un tout nouveau look « hippie chic ». Enfin, le Christopher, une des adresses fréquentées sur l'île par l'ex-Beatles Paul McCartney, a reçu 10 millions d'euros pour retrouver tout son lustre.

A Saint-Barthélemy, les phénomènes climatiques violents sont, en quelque sorte, une aubaine pour les hôtels et villas de luxe. En 1995, ils s'étaient refait une beauté après le passage de Luis. Fin 2018, après Irma, seuls trois établissements n'ont pas rouvert leurs portes. L'Eden Rock, détenu par le groupe Oetker, propriétaire du Bristol à Paris, le Carl Gustaf (groupe Barrière) et le Guanahani ont entamé des travaux d'embellissement et de modernisation pour être prêts la saison prochaine. Ils peuvent se le permettre.

#### Saint-Martin a pris du retard

La Collectivité a, en effet, décidé d'installer une manière de numerus clausus : « 66 % de l'île ont été classés en zone naturelle, donc inconstructible, et la taille des villas a été limitée à 150 m<sup>2</sup> », annonce M. Dufau. Déjà très urbanisée, Saint-Barthélemy redoute d'arriver à saturation. Avec ces mesures, les autorités visent « un développement touristique qualitatif et non quantitatif ». En clair, l'île souhaite désormais augmenter son chiffre d'affaires par touriste sans en accueillir davantage.

A une trentaine de kilomètres de ce paradis pour milliardaires, Saint-Martin est loin d'avoir tourné la page d'Irma. Sur l'île franco-néerlandaise, c'est le bleu qui domine. Celui des milliers de bâches en plastique qui remplacent encore les toitures arrachées par l'ouragan. Trop pauvres pour s'assurer, nombre d'habitants n'ont pu payer les travaux de reconstruction de leur logement. Plus touchée que sa voisine, avec

onze décès, Saint-Martin a perdu les deux tiers de sa capacité hôtelière, soit 1602 chambres, lors de la catastrophe. Mais l'île tente de rattraper son retard.

Les travaux du terminal de l'aéroport international ont été terminés, in extremis, la veille du grand retour des touristes. Après une saison blanche, la moitié de l'offre hôtelière serait disponible. Et de qualité supérieure. « Après Irma, on constate une montée en gamme des établissements », signale Aïda Weinum, directrice de l'office de tourisme de Saint-Martin. Les hôtels accrochent une étoile supplémentaire. A l'avenir, « l'objectif n'est pas de faire venir plus de touristes », mais des « CSP + », au pouvoir d'achat plus élevé, ajoute M<sup>me</sup> Weinum.

Pour y parvenir, Saint-Martin veut s'imposer comme une « wedding destination » du « tourisme nuptial », un Las Vegas insulaire, grâce à des formalités simplifiées pour les unions et des forfaits de trois jours « mariage inclus ». Une formule idéale, selon M<sup>me</sup> Weinum, pour « les mariages gays ». ■

GUY DUTHEIL

**Saint-Barthélemy  
veut augmenter  
le chiffre  
d'affaires par  
touriste sans en  
accueillir un plus  
grand nombre**