

TOURISME



BILAN ANNUEL 2024



Mot du Président de l'ITSEE

Alain RICHARDSON

Président de l'Institut Territorial de la Statistique et des Études Économiques de Saint-Martin

L'ITSEE s'est donné pour mission de produire une donnée fiable, intelligible et utile. Dans une économie aussi ouverte que vulnérable, comme celle de Saint-Martin, la statistique publique n'est pas un luxe : elle est un instrument essentiel de pilotage et d'anticipation.

Ce bilan annuel "Tourisme 2024" s'inscrit pleinement dans cette démarche. Il propose une lecture structurée de l'évolution touristique, secteur clé de notre territoire en s'appuyant sur une batterie d'indicateurs relatifs aux flux, à la fréquentation, aux profils des clientèles et aux dynamiques d'emploi. Il ne s'agit pas d'additionner des chiffres mais de fournir aux décideurs et aux acteurs économiques un socle de connaissances pour agir plus efficacement.

Les données produites dans ce rapport confirment quelques tendances mais en révèlent aussi d'autres, parfois moins visibles, qui nous invitent à reconsidérer certaines représentations ou habitudes de pensée. C'est là tout l'intérêt de la statistique publique : elle éclaire ce que l'intuition seule ne saurait toujours percevoir.

Dans un environnement mondial en recomposition et un bassin régional où la concurrence se renforce, Saint-Martin ne peut se priver d'un outil de lecture lucide de l'évolution des datas tourisme.

Je remercie l'ensemble des agents qui se sont mobilisés sur le terrain, les professionnels qui ont accepté de répondre à nos enquêtes et les équipes de l'ITSEE pour la rigueur et l'engagement dont elles ont fait preuve pour l'élaboration de ce rapport annuel.

Au nom de l'Institut, j'émets le vœu que celui-ci contribue utilement à nourrir les politiques publiques comme les choix stratégiques des opérateurs économiques locaux les plus directement concernés.



SOMMAIRE

5 *Aperçu structurel*

5 *1 - Le trafic aérien*

6 *2 - Le trafic maritime*

7 *3 - Le tourisme de séjour*

- Fréquentation dans les hébergements touristiques
- Focus sur l'emploi dans les hébergements touristiques
- Fréquentation des meublés touristiques et des locations saisonnières

13 *4 - Profils de la clientèle touristique*

22 *5 - Focus sur les événements*

APERÇU STRUCTUREL

L'économie de Saint-Martin se distingue par la prédominance du secteur tertiaire, en particulier le tourisme, qui constitue le pilier central de l'activité économique de l'île.

Comme beaucoup de destinations touristiques, Saint-Martin est soumise à une forte saisonnalité de la fréquentation. Celle-ci liée au climat, aux vacances scolaires, aux événements (comme les festivals) et au mode de vie des visiteurs engendre des effets annuellement récurrents. Elle peut induire des difficultés économiques et sociales, notamment une instabilité du marché du travail due à la prépondérance des emplois temporaires.

À Saint-Martin, l'activité hôtelière se répartit en trois grandes saisons :

- Très haute saison : de mi-novembre à mars (afflux important pour affaires et tourisme);
- Saison intermédiaire : de mars à août (fréquentation mixte, tourisme et affaires);

- Très basse saison : de septembre à mi-novembre (activité touristique réduite).

Après une période de nette baisse de la fréquentation due à la COVID, le tourisme à Saint-Martin a retrouvé son niveau d'avant-pandémie avec une clientèle majoritairement en provenance des États-Unis et d'Europe.

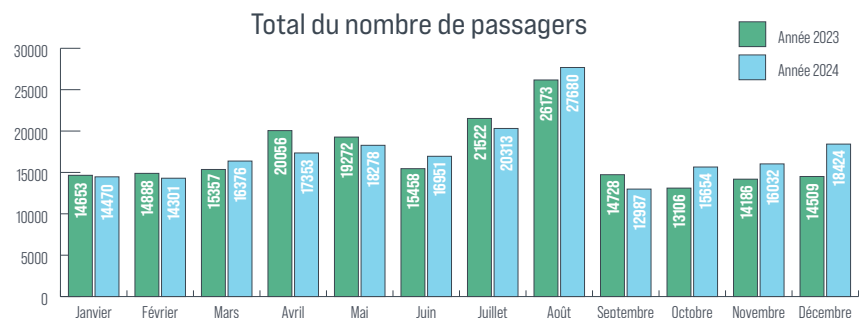
Cependant, dans un contexte économique et politique tendu, il est probable que les touristes deviennent plus attentifs au rapport qualité-prix et privilégient partiellement des destinations plus proches de chez eux. Par ailleurs, les tensions géopolitiques, les préoccupations liées à la sécurité internationale et la volatilité des marchés mondiaux influencent également les choix de voyage et les comportements des consommateurs. Face à ces défis, il est essentiel pour notre secteur de rester agile et de s'adapter rapidement aux évolutions du climat international afin de continuer à répondre aux attentes des voyageurs et à assurer la pérennité de notre activité.



LE TRAFIC AERIEN

En 2024, le trafic à l'aéroport de Grand Case affiche une légère progression de 2% par rapport à 2023. Le nombre total de passagers est passé de 203 908 en 2023 à 208 819 en 2024, soutenu notamment par le retour d'une des trois compagnies aériennes à partir de juillet.

La fréquentation de l'aéroport de Grand Case est calculée en cumulant les passagers à l'arrivée et au départ. Ainsi, chaque voyageur effectuant un aller-retour entre Saint-Martin, Saint-Barthélemy et la Guadeloupe est comptabilisé deux fois. Les liaisons sont principalement assurées par Air Antilles, Air Caraïbes et Saint-Barth Commuter.

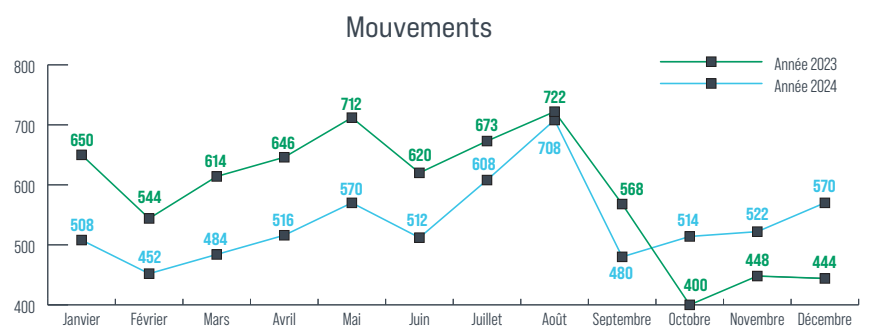


Malgré la hausse globale du trafic, en passagers, le nombre de mouvements aériens entre Saint-Martin, Saint-Barthélemy et la Guadeloupe a diminué de 8% en 2024. Cette baisse s'explique par la suspension temporaire, puis la reprise, d'une des compagnies opérant ces liaisons, impactant également les vols vers la Martinique.

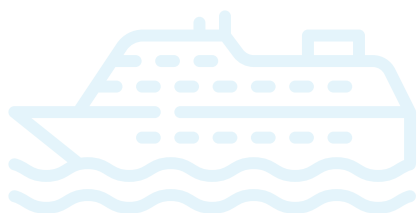
Comme les années précédentes, la fréquentation aéroportuaire connaît des pics lors des week-ends prolongés de mai et au mois d'août, traduisant une forte activité touristique.

Le trafic est réparti comme suit entre les 3 compagnies assurant des vols réguliers :

- Air Antilles : 8 107 passagers (9% du nombre total de passagers)
- Air Caraïbes : 176 821 passagers (85% du nombre total de passagers)
- St-Barth Commuter : 13 891 passagers (6% du nombre total de passagers)



Source Aéroport de Grand Case - EDEIS



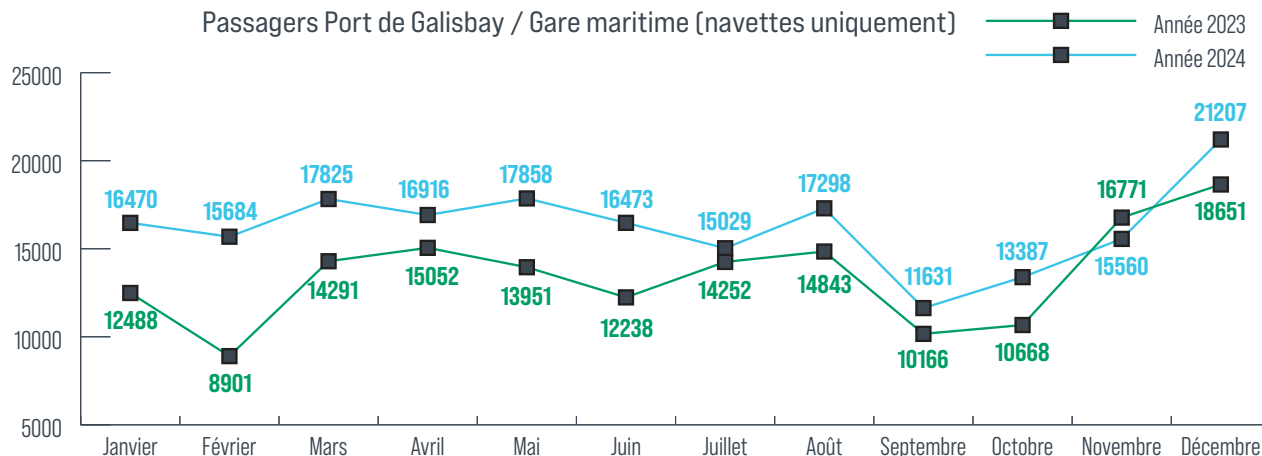
LE TRAFIC MARITIME

La partie française de Saint-Martin ne dispose pas de port en eau profonde, ce qui limite l'accueil des grands navires. Toutefois, elle bénéficie d'une gare maritime entièrement modernisée et idéalement située au cœur de Marigot. Cette infrastructure propose une large gamme de services aux passagers incluant une capitainerie, des espaces de restauration, une zone dédiée à la location de voitures ainsi que des installations optimisées pour l'embarquement et le débarquement. La gare maritime assure également des liaisons régulières avec les îles voisines d'Anguille et de Saint-Barthélemy affirmant ainsi son rôle central dans la mobilité inter-îles.

En 2024, le trafic maritime a connu une forte progression par rapport à 2023 avec 125 298 passagers (+27%) entre Saint-Martin et Anguille, et 65 950 passagers (+16%) entre Saint-Martin et Saint-Barthélemy.

Outre le pic habituel de fréquentation observé de novembre à mars, des hausses notables ont été enregistrées en juillet et août pour la liaison avec Anguille ainsi qu'en mars et décembre pour celle avec Saint-Barthélemy.

Passagers Port de Galisbay / Gare maritime (navettes uniquement)



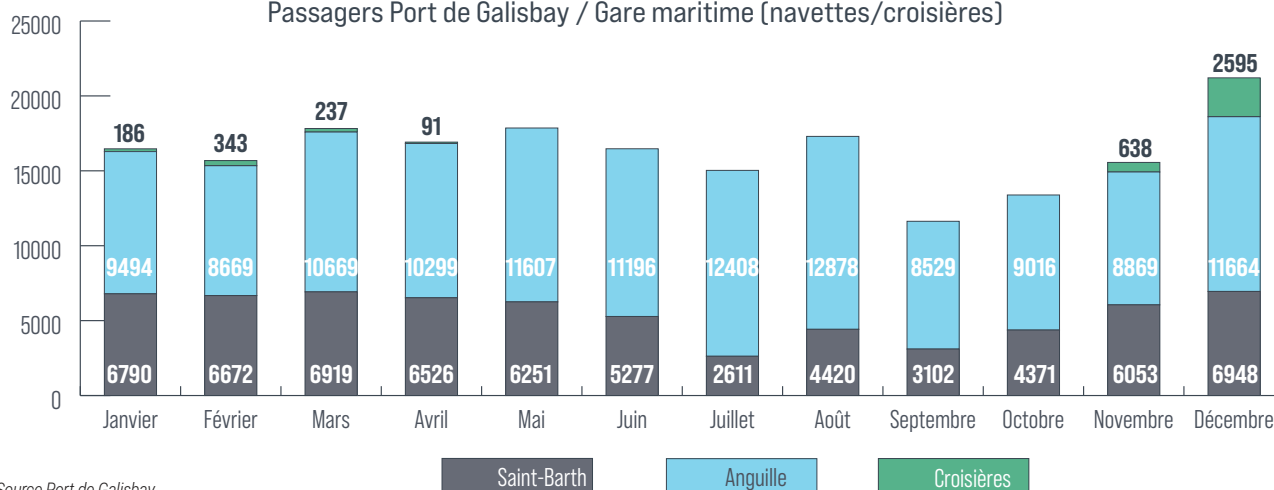
Le nombre de mouvements de navettes entre Saint-Martin et ces îles s'élève à 4400 en 2024 contre 3980 en 2023. Par ailleurs, le port de Marigot accueille régulièrement des navires de croisière dont les passagers sont transférés à la gare maritime en cas de houle du nord.

En 2024, le port de Galisbay a enregistré 18 escales de paquebots soit une baisse d'environ 22% par rapport aux 23 escales de 2023 et ce,

principalement en raison de conditions météorologiques défavorables, notamment les phénomènes de houle cités plus haut.

Au total, 195 338 passagers ont transité par la gare maritime et le port de Galisbay en 2024, soit une augmentation de 20% comparée à 2023, confirmant ainsi leur rôle de hub maritime des îles du nord.

Passagers Port de Galisbay / Gare maritime (navettes/croisières)



Source Port de Galisbay



LE TOURISME DE SEJOUR

3

Fréquentation dans les hébergements touristiques

L'hôtellerie demeure l'un des principaux modes d'hébergement choisis par les visiteurs de notre territoire. Cependant, des alternatives telles que les résidences ou les guest houses gagnent en popularité. Au-delà des critères de choix traditionnels comme le prix, la localisation ou le type d'hébergement, les voyageurs recherchent de plus en plus des solutions offrant flexibilité et choix leur permettant de « se sentir chez eux » tout en profitant pleinement de l'authenticité locale.

En décembre 2024, Saint-Martin compte une nouvelle guest house, portant à 40 le nombre total d'hébergeurs avec 1263 chambres réparties comme suit :

- 7 hôtels classés ;
- 9 hôtels non classés ;
- 3 résidences classées ;
- 4 résidences non classées ;
- 10 guest houses (maisons d'hôtes) non classés ;
- 10 guest houses (maisons d'hôtes) classés.

Répartition du parc d'hébergement

OFFRE TOTALE	Total hébergement 2024	Répartition du parc d'hébergement en%	Chambres 2024	Capacité moyenne
1 étoile	0	0	0	0
2 étoiles	4	10	57	14
3 étoiles	4	10	45	11
4 étoiles	10	25	504	50
5 étoiles	1	3	113	26
Non classés	21	53	544	26
TOTAL	40	100	1263	32

Les établissements 4 et 5 étoiles représentent 28% du parc d'hébergements collectifs soit 11 établissements tandis que 53% du parc correspond à des structures non classées totalisant 504 chambres. Le segment allant du milieu de gamme au luxe constitue 38% des hébergements de la partie française.

Si le classement étoilé demeure un repère important, garantissant un certain niveau de qualité, on constate une tendance croissante des visiteurs à privilégier des établissements non classés. Ces derniers proposent en effet des services, équipements et niveaux de confort qui répondent pleinement aux attentes actuelles des clients parfois même au-delà des standards traditionnels.

La capacité moyenne des hébergements à Saint-Martin s'élève à 32 chambres, toutes catégories confondues.

L'enquête sur la fréquentation des hébergements collectifs touristiques a pour objectif de suivre l'évolution de la fréquentation dans ces établissements et d'analyser la composition de la clientèle notamment son origine géographique.

La fréquentation des hébergements collectifs a été mesurée chaque mois d'août à décembre 2025.

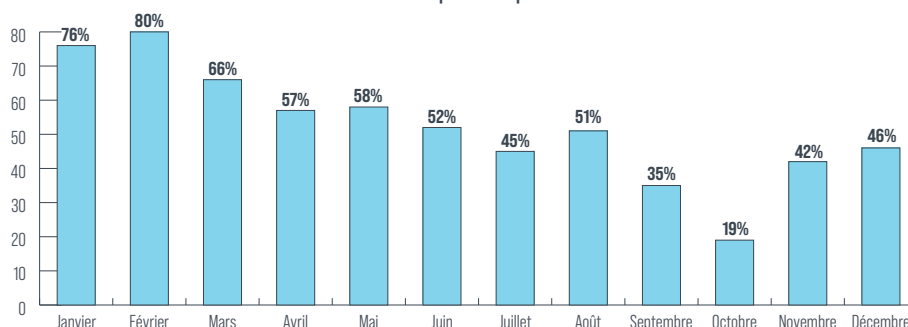
Les principaux thèmes abordés dans cette enquête sont :

- caractéristiques de l'établissement ;
- capacité d'accueil ;
- occupation quotidienne des chambres ;
- arrivées et nuitées ;
- pays de résidence des touristes ;

TAUX D'OCCUPATION

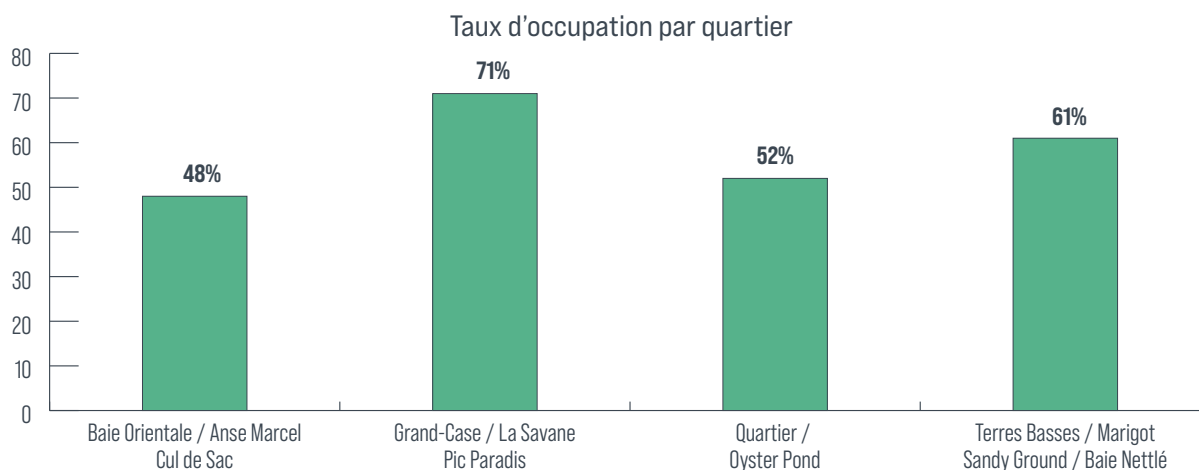
Comme chaque année, janvier est une période de forte fréquentation touristique. Le taux d'occupation augmente de 6 points en 2024 (76%) par rapport à 2023 (70%). Mars conserve toutefois un taux d'occupation de 66% et constitue le plus souvent une période charnière entre deux saisons. Il constitue en effet le plus souvent une période charnière entre 2 saisons touristiques. En 2024, les vacances de Pâques ayant commencé en mars, cela a permis de prolonger à la haute saison jusqu'à début avril.

Taux d'occupation par mois



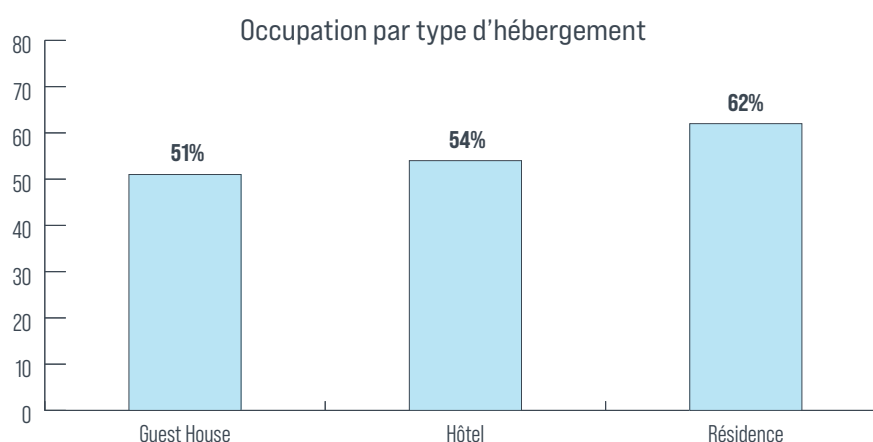
TAUX D'OCCUPATION PAR QUARTIER

Avec un taux d'occupation de 71%, le quartier de Grand Case - La Savane - Pic Paradis a enregistré la plus forte fréquentation des hébergements disponibles en 2024.



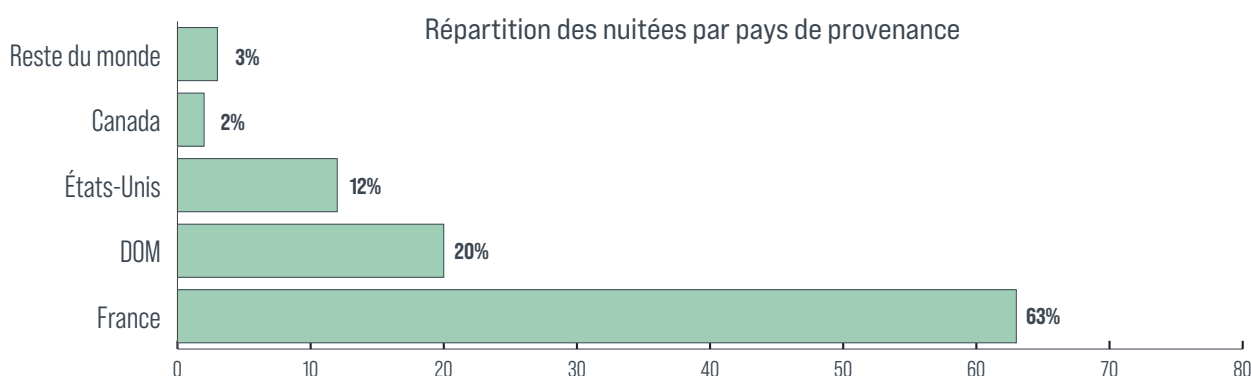
TAUX D'OCCUPATION PAR TYPE D'HEBERGEMENT

54% des chambres disponibles dans l'ensemble des établissements d'hébergement du territoire ont été occupées. Ce taux de remplissage a atteint 62% dans les résidences et 51% dans les guest houses, dont la popularité ne cesse de croître.



REPARTITION DES NUITÉES PAR PROVENANCE DE LA CLIENTELE

La majorité, soit 63% de la clientèle qui séjourne dans les établissements de la partie française, a pour origine la France. 20% d'entre eux arrivent de Guadeloupe, Martinique, et Saint-Barthélemy et d'autres départements d'outre-mer. Seuls 12% d'entre eux viennent des Etats-Unis.





Focus sur l'emploi dans les hébergements touristiques

Les hébergements touristiques de Saint-Martin, véritables piliers de l'économie locale, emploient majoritairement des femmes. Face aux défis environnementaux, ils déplorent le manque de formations adaptées.

Cette enquête, menée pour la première fois en juin et octobre 2024 en collaboration avec le Club du Tourisme et le CARIF-OTEF de Saint-Martin (Centres d'animation, de ressources et d'information sur la formation (CARIF) et les Observatoires territoriaux de l'emploi et de la

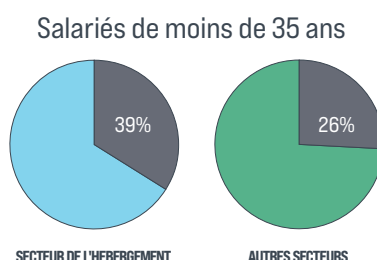
formation (OREF), complète les études sur la fréquentation touristique en approfondissant le profil des salariés : revenus, âge, diplôme, compétences, recrutement et besoins en formation.

Sur les 40 hébergeurs, seuls 21 ont répondu au questionnaire de l'ITSEE et du CARIF-OTEF. Bien que ce chiffre puisse sembler peu satisfaisant, il convient de souligner que les répondants représentaient environ 75 % de l'offre locale d'hébergement.

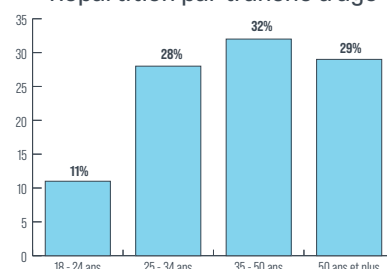
UN EMPLOI MAJORITAIREMENT OCCUPE PAR DES FEMMES ET DES JEUNES

En 2024, l'emploi salarié dans l'hébergement touristique de Saint-Martin est majoritairement féminin (55%) contre 49% pour l'ensemble des salariés du territoire.

- Les salariés de l'hôtellerie sont plutôt jeunes ;
- 39% sont âgés de moins de 35 ans alors que cette tranche représente 26% de l'ensemble des salariés de l'île.



Répartition par tranche d'âge



DES NIVEAUX DE DIPLOMES VARIES

En 2024, dans le secteur de l'hébergement touristique à Saint-Martin, 45% des salariés ne possèdent aucun diplôme ou seulement le brevet des collèges ; 14% détiennent un CAP, un BEP ou un diplôme équivalent reflétant ainsi l'offre locale de formation ; 19% sont titulaires du

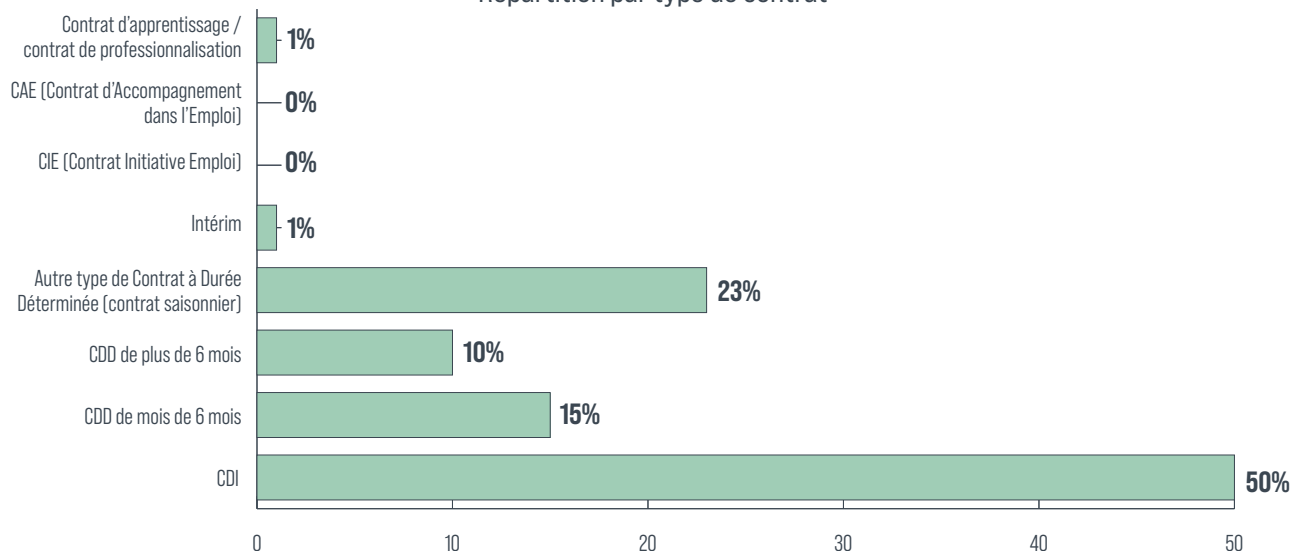
baccalauréat ou d'un diplôme de l'enseignement supérieur tandis que 12% disposent d'un niveau bac+2. Enfin, seulement 6% des employés disposent d'un diplôme supérieur à bac+2.

DES EMPLOIS PERENNES

Le secteur du tourisme emploie une part significative de la population active. Parmi les salariés du secteur, la moitié bénéficie d'un contrat à durée indéterminée (CDI) tandis que l'emploi saisonnier représente 25% des effectifs, reflet direct s'il en est de la forte saisonnalité de l'activité touristique. Les contrats à durée déterminée (CDD) sont également

fréquents : 15% des salariés occupent un CDD de moins de six mois et 10% un CDD de plus de six mois. Les autres formes de contrats tels que l'accompagnement, l'apprentissage ou l'intérim demeurent marginales au sein du secteur.

Répartition par type de contrat



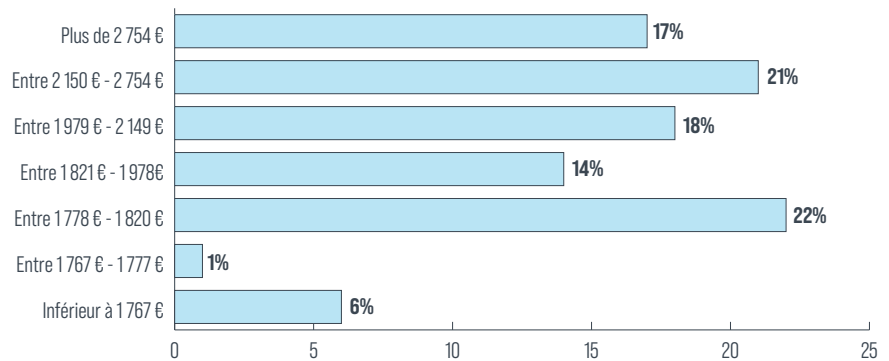
LES SALAIRES DANS LE SECTEUR DE L'HEBERGEMENT EN 2024

En 2024, la répartition des salaires nets mensuels des salariés du secteur de l'hébergement se présente ainsi :

- **22%** des salariés perçoivent un salaire net moyen de **1799€** par mois.
- **39%** perçoivent en moyenne **2452€** ou plus.
- À l'autre extrémité de l'échelle, **6%** gagnent moins de **1767€** nets par mois.

Ces chiffres illustrent la diversité des niveaux de rémunération dans ce secteur avec une majorité de salariés situés au-dessus du seuil de 1799€ nets mensuels et une part non négligeable accédant à des salaires plus élevés.

Répartition par niveau de salaire

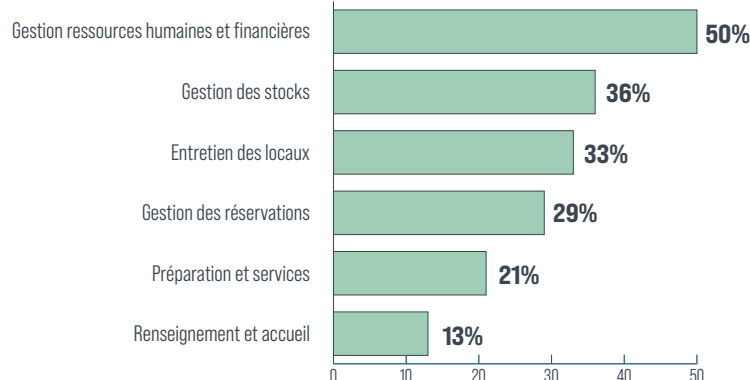


DES MUTATIONS ENVIRONNEMENTALES IMPACTANT LES METIERS DU SECTEUR

Les mutations environnementales surpassent les évolutions réglementaires ou technologiques en termes d'impact sur l'économie hôtelière. Près de la moitié des entreprises saint-martinoises s'y disent confrontées. Politique environnementale, gestion des ressources et sensibilisation de

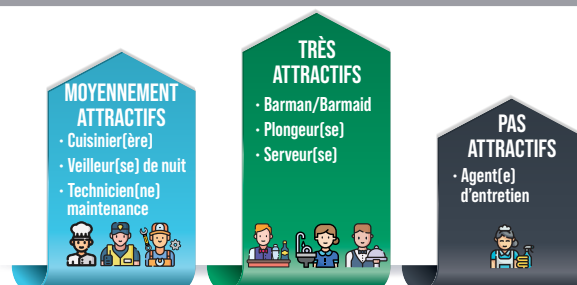
la clientèle transforment profondément les pratiques des professionnels du secteur. Si ces enjeux écologiques touchent toutes les entreprises, les contraintes réglementaires concernent surtout les petits établissements (moins de 10 salariés), affectant un quart des répondants.

Répartition des mutations impactant le secteur



LES METIERS DE L'ENTRETIEN EN MANQUE D'ATTRACTIVITE

Le métier d'agent d'entretien, bien que le plus répandu à Saint-Martin, manque d'attractivité selon 27 % des entreprises, en raison d'une faible qualification, de la précarité du poste et d'une reconnaissance sociale limitée. En revanche, cette perception est moins présente pour les métiers de la cuisine, de la maintenance ou du service, bien que les différences entre structures hôtelières nuancent ces résultats.



UNE OFFRE DE FORMATION INSUFFISANTE ET INADAPTEE

La formation professionnelle est identifiée comme le principal frein au développement du secteur hôtelier. Les acteurs concernés pointent un manque de diplômés, l'insuffisance des équipements et des contenus de formation parfois inadaptés aux réalités du terrain. En 2023, seuls 77 apprenants étaient inscrits dans des formations hôtelières à Saint-Martin majoritairement orientées vers les métiers du service en restauration.

Enfin, les formations dédiées à la réception et à l'hôtellerie en plein air restent très peu significatives. On décompte en effet moins de 5 personnes formées dans chacun de ces deux domaines.

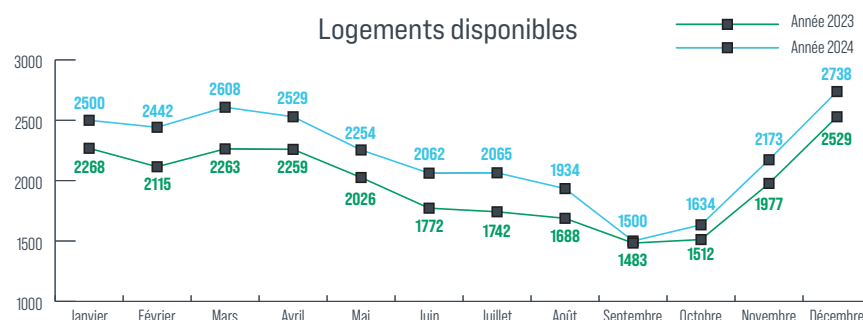
Pour plus d'informations sur ce chapitre :

<https://www.calameo.com/itsee-sxm/read/0076087836816eea2edc9>

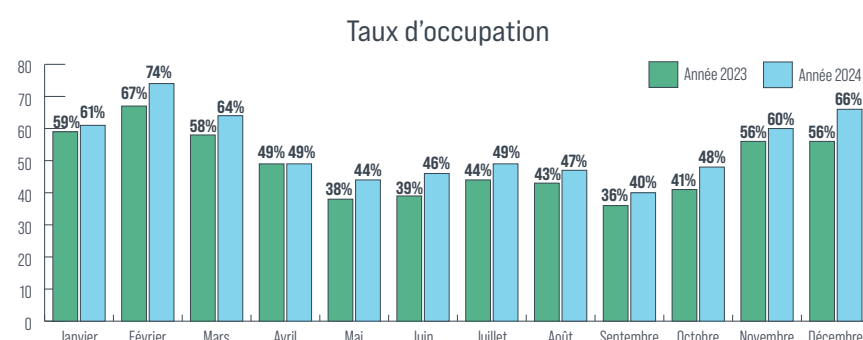
Fréquentation des meublés touristiques et des locations saisonnières

Les meublés de tourisme, comprenant studios, appartements ou villas meublés sont proposés à la location pour de courtes durées, principalement via des plateformes en ligne. Ce mode d'hébergement a connu un développement exponentiel au cours de la dernière décennie.

En 2024, le nombre moyen de logements disponibles a atteint 2155 soit une hausse de 12% par rapport à 2023.



En 2024, le taux d'occupation moyen des meublés de tourisme atteint 54%, en hausse de 8 points par rapport à 2023 (49%). Comme pour l'hôtellerie traditionnelle, la fréquentation est nettement plus élevée durant la haute saison (de novembre à mars).

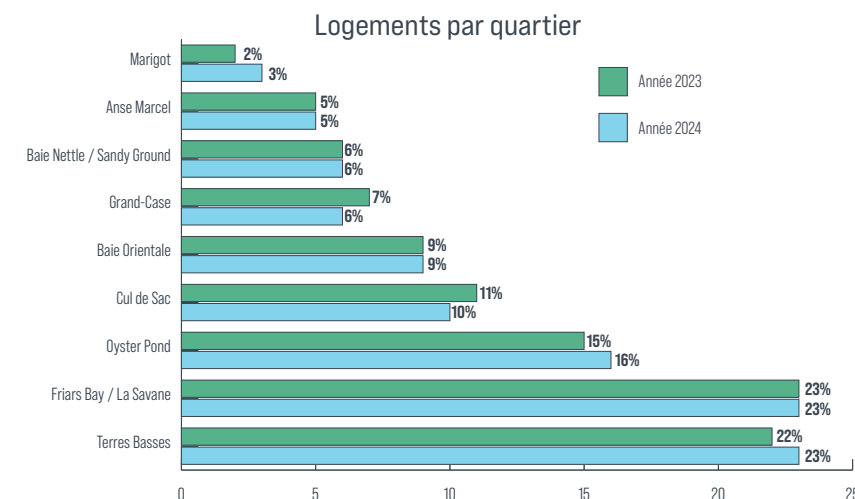


REPARTITION DES LOGEMENTS PAR QUARTIER

En 2024, l'essentiel des meublés de tourisme se concentre dans les quartiers de la Baie Orientale (23%) et des Terres-Basses (23%), des proportions stables par rapport à 2023 où la Baie Orientale représentait 22% et les Terres Basses 23%. Le quartier des Terres-Basses se distingue par une offre de logements de grande capacité et de haut standing.

Les quartiers de Cul-de-Sac et de la Baie Nettle restent également très prisés, totalisant 25% des réservations.

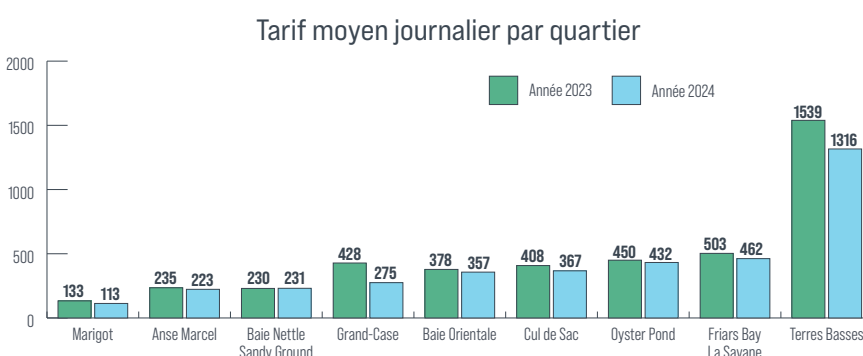
Ces données confirment la préférence des visiteurs, qu'ils séjournent pour de courtes ou longues durées pour ce type d'hébergement marchant particulièrement adapté aux séjours de loisirs.



TARIF MOYEN JOURNALIER D'UN MEUBLE DE TOURISME

En 2024, le prix moyen d'une nuitée s'élève à 419€ contre 478€ en 2023 soit une baisse de 12,35%.

Cette baisse des tarifs journaliers est observée dans tous les quartiers de l'île et pourrait notamment s'expliquer par l'augmentation de l'offre de logements disponibles. Celle-ci a progressé par rapport aux 2214 biens recensés en 2023, entraînant une pression à la baisse sur les prix proposés sur les plateformes.





PROFILS DE LA CLIENTELE TOURISTIQUE

4

L'enquête « Profil des visiteurs » a pour objectif de recueillir des informations détaillées sur les attentes, les caractéristiques de voyage, les expériences vécues ainsi que sur les niveaux de dépenses et de satisfaction des visiteurs.

Lancée en août 2024, cette enquête est réalisée en face-à-face par des enquêteurs, principalement à la gare maritime de Marigot et à l'aéroport

de Grand Case. Elle se déroule également dans plusieurs zones touristiques clés comme, le centre ville de Marigot, le boulevard et la plage de Grand Case, le village et la plage de la Baie Orientale ainsi que dans les espaces commerciaux de Hope Estate.

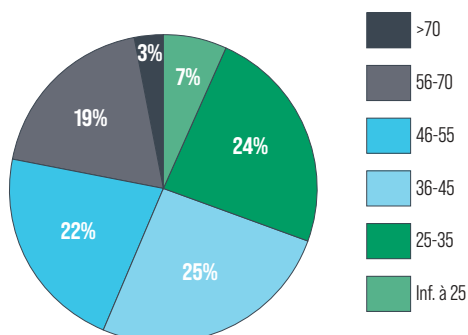
Entre août et décembre 2024, le nombre de réponses recueillies s'élève à 1239 personnes.

Profil des clientèles touristiques

TRANCHE D'ÂGE

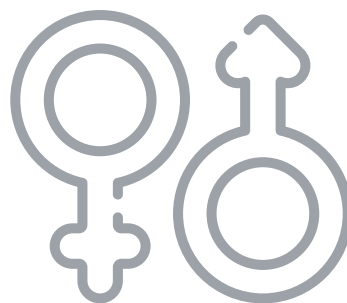
Une prédominance des visiteurs entre 25 et 45 ans qui représentent à eux seuls près de la moitié du total des touristes recensés. 22% ont entre 46 et 55 ans.

Répartition des visiteurs par tranche d'âge



GENRE

52% de femmes



48% d'hommes

CONSTITUTION DU GROUPE

Les personnes voyageant seules ou en couple sont majoritaires et représentent ensemble 64% des répondants. En revanche, les voyages entre amis ou à des fins professionnelles restent peu fréquents. À l'exception des voyageurs seuls, la grande majorité des visiteurs (environ

88%) se déplacent en petits groupes principalement composés de 2 à 4 personnes. La moitié des séjours se font en compagnie d'une seule personne au maximum.



32%
En couple



32%
Seul



19%
En famille



7%
Entre amis



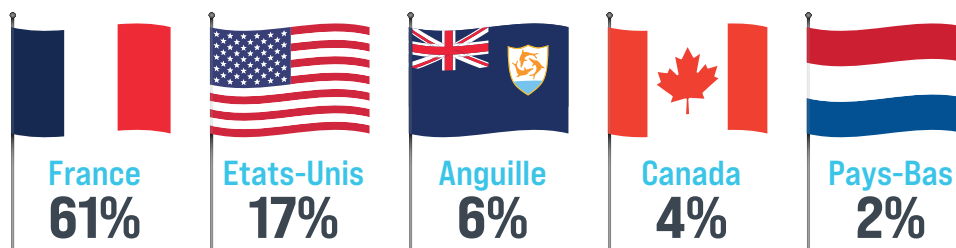
7%
En famille et entre amis



3%
Collègues ou collaborateurs

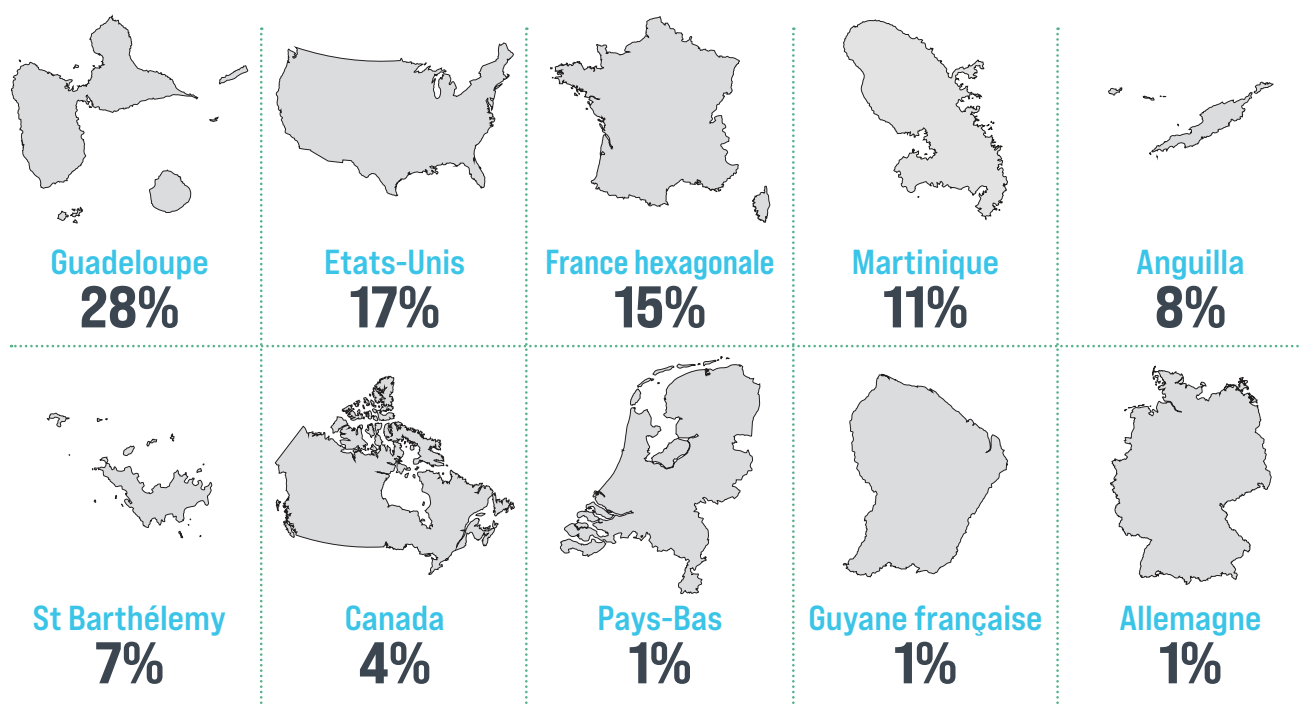
NATIONALITE DES VISITEURS

Une clientèle majoritairement française et nord-américaine. Plus de 50 nationalités recensées au total parmi les personnes ayant répondu au questionnaire.



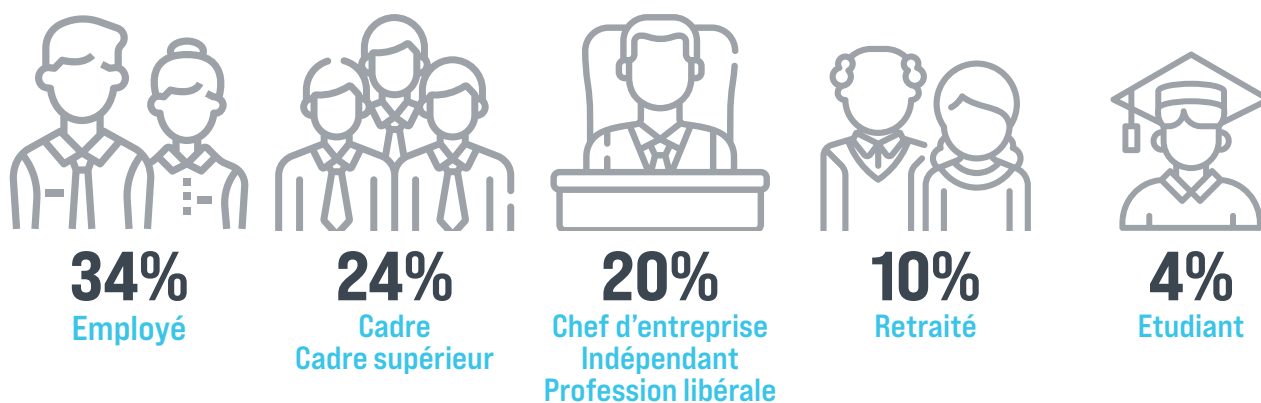
PAYS DE RESIDENCE DES VISITEURS (TOP 10)

Les territoires de Guadeloupe, les Etats-Unis et la France hexagonale représentent près de 2 visiteurs sur 3. Le marché régional qui inclut Anguilla, Saint-Barthélemy, la Guadeloupe, la Martinique et la Guyane, concentre 55% des visiteurs interrogés, soit 683 personnes.



SITUATION PROFESSIONNELLE DES VISITEURS

La majorité des vacanciers à Saint-Martin sont des actifs salariés, représentant près de 80 % des personnes sondées, répartis entre employés, cadres, chefs d'entreprise, indépendants et professions libérales.



La destination Saint-Martin

SEJOURS EFFECTUES CES 2 DERNIERES ANNEES

69%
des touristes
sont déjà venus
REPEATERS



31%
Viennent
pour la 1^{ère} fois
**PRIMO
VISITEURS**



La fidélité des visiteurs réguliers est notable :

- 2 visiteurs sur 3 (66%) ont séjourné plus de quatre fois ;
- Plus de 98% ont effectué au moins deux séjours.

DUREE DE SEJOUR



20% des visiteurs ont passé la
journée ou au moins une nuit
sur le territoire

51% d'entre eux ont séjourné entre
2 et 7 nuits

29% ont séjourné sur l'île 7 jours
ou plus

On note toutefois que 14% des visiteurs viennent pour la journée et 29% d'entre eux pour une durée d'une semaine environ.

77% des personnes âgées de 25 à 55 ans séjournent entre 5 et 7 jours sur l'île tandis que 72% d'entre elles ne restent qu'une seule nuit, probablement pour des raisons professionnelles ou dans le cadre d'un transit vers une autre destination.

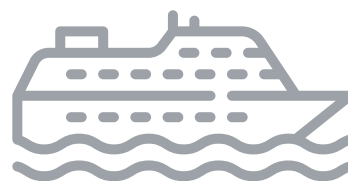
Les plus de 55 ans privilégient les longs séjours, signe d'une plus grande disponibilité.

ACCESSIBILITE

En 2024,
la grande majorité
des visiteurs (83%)
ont rejoint Saint-Martin
par voie aérienne



83%
Voie aérienne

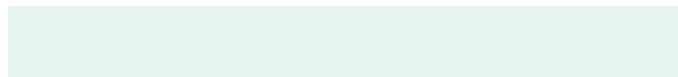


17%
Voie maritime
Bateau de croisière, bateau
individuel, convoyage, navettes
Anguille et St Barth

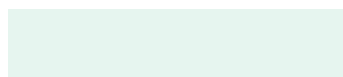
MOTIVATIONS DE VISITE



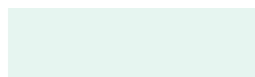
Plages

**30%**

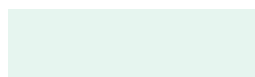
Gastronomie

**15%**

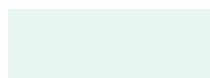
Culture / Histoire

**11%**

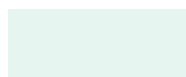
Activités diverses

**11%**

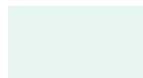
Accessibilité aérienne

**9%**

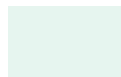
Vie nocturne

**8%**

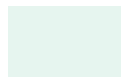
Activités nautiques

**6%**

Prix / Promotion

**5%**

Qualité des logements

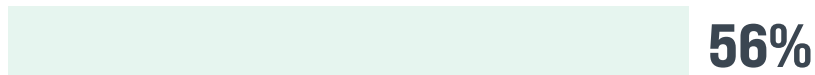
**5%**

Près d'un tiers
des visiteurs
sont attirés par
nos plages

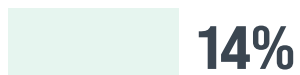
MOTIF DU SEJOUR



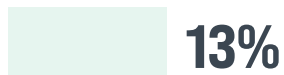
Vacances

**56%**

Affaires

**14%**

Visite famille ou amis

**13%**

Shopping

**9%**

Plus d'1 séjour sur 2
est motivé par les vacances



Raison médicale

**2%**

Evènements

**2%**

Autres

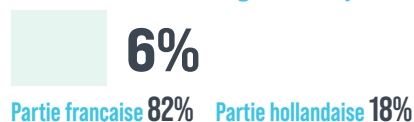
**2%**

Mariage / Lune de miel

**1%**

MODE D'HEBERGEMENT

Les personnes interrogées ont indiqué leur lieu de séjour sur l'île

**A l'hôtel****Dans un meublé touristique****En famille, logement privé****Chez des amis, logement privé prêté ou loué****Sur un bateau****Autre**

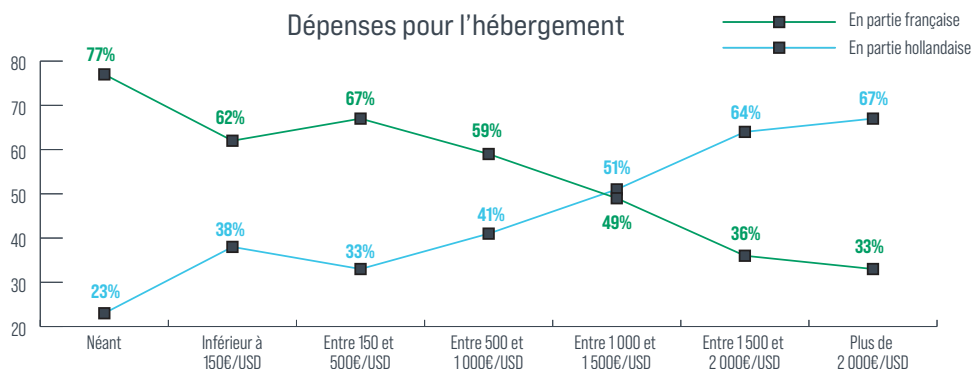
Parmi les personnes ayant déclaré séjourner à l'hôtel, 60% choisissent la partie hollandaise de l'île, contre 40% la partie française.

Parmi les 28% des personnes séjournant dans un meublé touristique, on observe une tendance inverse : 73% des répondants privilégient la partie française de l'île, contre 27% pour Sint Maarten.

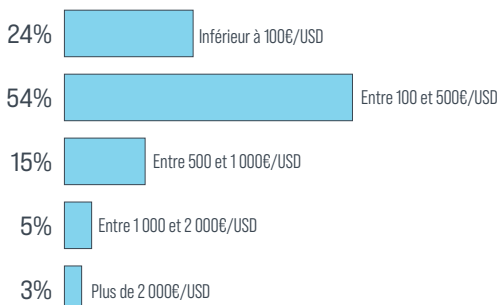
DEPENSES PAR POSTE (SANS PRISE EN COMPTE DE LA DUREE DU SEJOUR)

• **HEBERGEMENT**

35% dépensent moins de 500€ pour leur séjour
48% entre 500 et 1500€
17% 1500€ ou +

• **TRANSPORT**

En 2024, la majorité des vacanciers, hommes comme femmes, disposent d'un budget modéré pour leurs déplacements sur place : 78% déclarent un budget inférieur à 500€. S'agissant des budgets les plus élevés (plus de 1000€) qui concernent 8% des vacanciers, ce sont principalement les hommes qui y consacrent une part plus importante, représentant 60% de ce groupe.

• **RESTAURATION**

45% des visiteurs dépensent en moyenne entre 40 et 70€ par repas

41% des visiteurs déclarent dépenser moins de 40€ pour un repas

14% plus de 70€ par repas

35% des visiteurs déclarent avoir été au restaurant plus de 5 fois pendant leur séjour

38% entre 1 et 5 fois

16% 1 seule fois

11% jamais



OÙ AVEZ-VOUS PRIS VOS REPAS ?

Dans le village de Grand Case

A Marigot

A Simpson Bay

A Phillipsburg

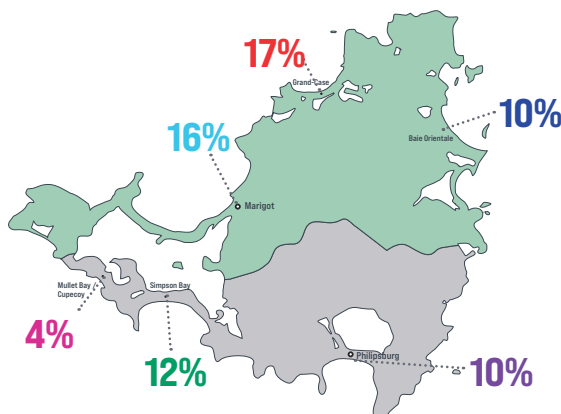
A la Baie Orientale

A Mullet Bay/ Cupecoy

- 11% ont déclaré prendre leur repas à leur domicile

- 9% à l'hôtel

- 7% dans la famille ou chez des amis



• ACTIVITES



Plages

33%



Découverte des îles alentours (St-Barth, Anguille)

17%



Aucune

12%



Casino et vie nocturne

12%



Activités nautiques

11%



Randonnées

6%



Patrimoine

3%



Autre

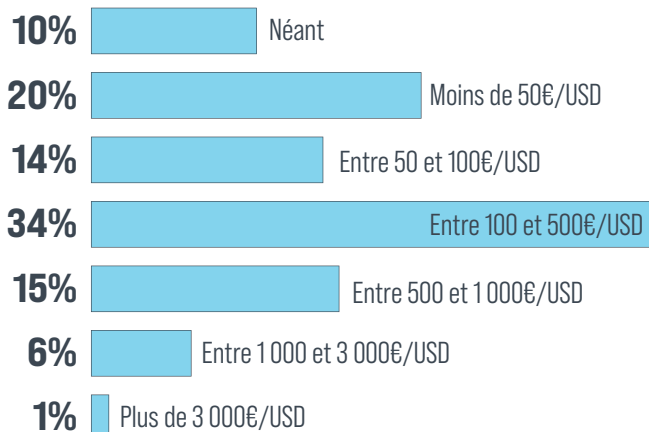
3%



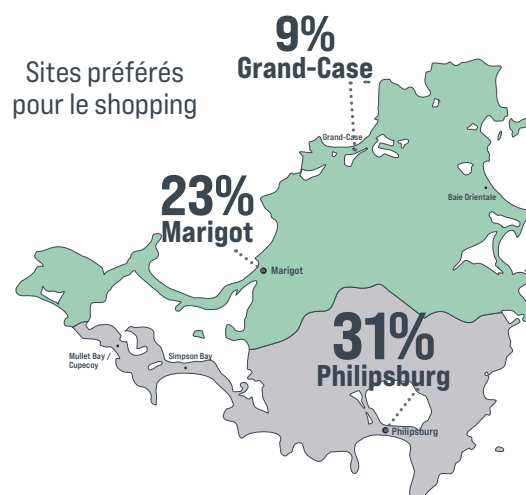
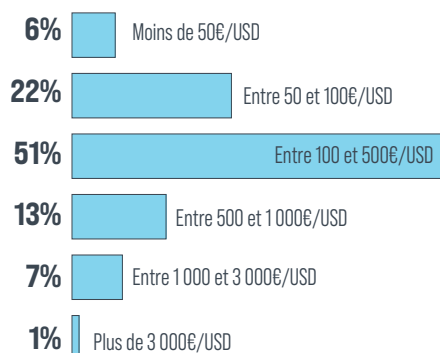
Navigation de plaisance

2%

MONTANT TOTAL DES DEPENSES



• SHOPPING



APPRECIATION DES VISITEURS SUR LA DESTINATION



9%
Détracteurs



47%
Passifs



48%
Promoteurs

Une image plutôt positive de la destination avec **45% de promoteurs** ce qui représente presque 1 visiteur sur 2.

La majorité de nos visiteurs ont été influencé par le "bouche à oreille".

• POINTS FORTS DE LA DESTINATION



Beauté des paysages

17%



Accueil de la population locale

17%



Restauration

16%



Shopping

11%



Hébergement

9%



Vie nocturne

8%



Sentiment de sécurité

6%

• POINTS D'AMELIORATION



Les routes

47%



Les transports publics

12%



La sécurité

10%



Le rapport qualité/ prix

7%



Les visites culturelles

5%



Autres

12%



FOCUS SUR LES EVENEMENTS

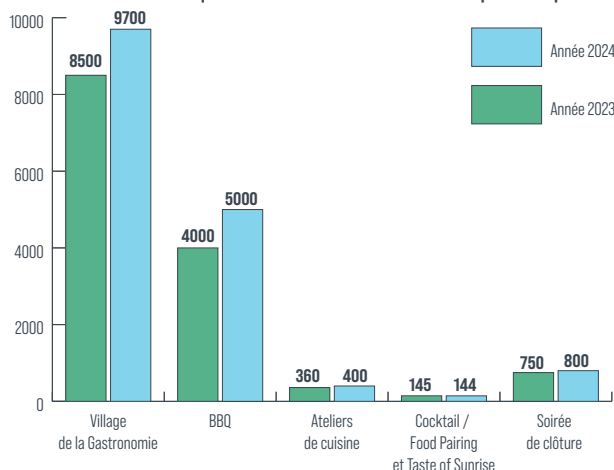
5

Festival de la gastronomie

Le Festival de la Gastronomie de Saint-Martin, qui se tient chaque année en novembre, est un rendez-vous incontournable pour les amateurs de cuisine et les passionnés du terroir local. Il propose une riche palette d'activités : ateliers de cuisine, village gastronomique, soirées à thème, BBQ géant et dégustations. En 2023, le festival a attiré 8500 visiteurs au Village de la Gastronomie sur trois jours, 4000 personnes au BBQ et 360 participants aux ateliers culinaires.

En 2024, ces chiffres ont connu une belle progression avec 9700 visiteurs au village, 5000 au BBQ et 400 aux ateliers. La soirée de clôture a également gagné en popularité, passant de 750 à 800 participants. Cette évolution témoigne de l'engouement croissant pour cet événement qui valorise la richesse gastronomique de Saint-Martin tout en favorisant la convivialité et le partage. Le festival continue ainsi de renforcer son rôle de vitrine culinaire majeure dans la région, attirant un public toujours plus large et diversifié.

Fréquentation en nombre de participants



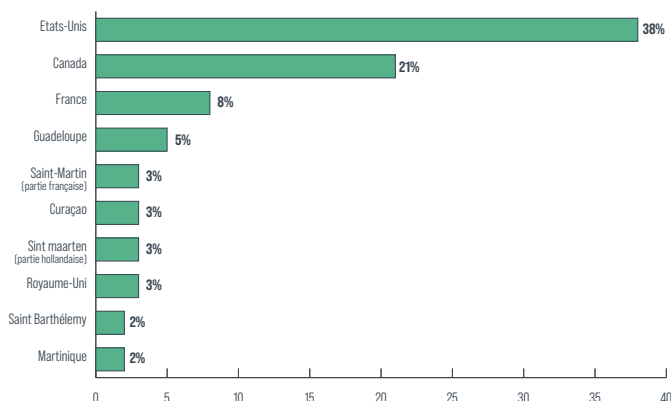
SXM Festival

Lors de l'édition 2024 du festival, 1751 billets ont été écoulés en préservation avant les achats réalisés sur place. Le public était majoritairement masculin avec 60% d'hommes. La majorité des festivaliers ont choisi des formules complètes puisque 67% des billets correspondaient à des « pass » valables pour l'ensemble des cinq jours du festival.

PROVENANCE DE LA CLIENTELE

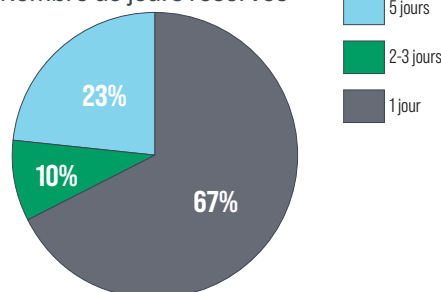
La clientèle du SXM Festival est largement dominée par les visiteurs nord-américains. En effet, les États-Unis arrivent en tête avec 38% des festivaliers, suivis par le Canada qui représente 21%. Ensemble, ces deux pays constituent près de 60% des visiteurs. La France, troisième pays d'origine, contribue à hauteur de 8%, un chiffre notable mais nettement inférieur aux parts nord-américaines. Les territoires voisins des Caraïbes apportent également une part significative, témoignant de l'importance des échanges intra-caribéens dans un contexte événementiel. Enfin, le Royaume-Uni, avec 3% des participants, illustre la diversité de la clientèle internationale.

Provenance des festivaliers



REPARTITION DUREE DE SEJOUR

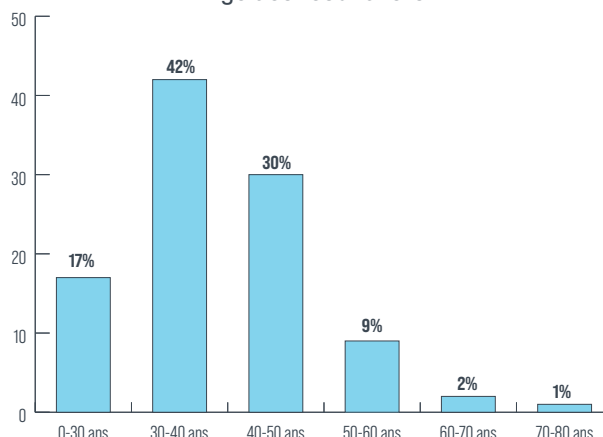
Nombre de jours réservés



REPARTITION PAR TRANCHE D'AGE

Les milléniaux constituent la majorité des festivaliers, représentant 42% du public. Par ailleurs, 30% des participants ont entre 40 et 50 ans, tandis que 17% ont moins de 30 ans.

Age des festivaliers





TOURISME - BILAN ANNUEL 2024

Edité par l'Institut Territorial de la Statistique et des Etudes Economiques de Saint-Martin

Directeur de la publication : Alain Richardson, Président du C.A. Rédacteurs des analyses : Kate Richardson, Chargée d'enquête Itsee.

Responsable de la rédaction : Laurent Fuentes, Secrétaire Général. Graphisme : A. Froissant. Crédits photos : Office de tourisme de Saint-Martin. Impression : Rapido Print