



Synthèse et restitution des ateliers thématiques

Assises du tourisme – 12/09/08





Structure de présentation

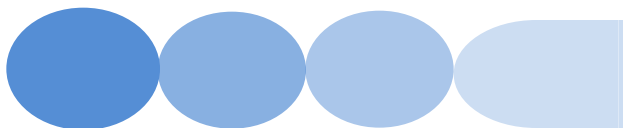
- **Attractivité : donner envie de venir...**
 - Marketing et positionnement
 - Produits et filières
- **Aérien : donner le moyen de venir....**
- **Equipements et offre : Accueillir...**
 - Le foncier
 - L'hébergement
 - Qualité et formation
- **Gouvernance : faire...**



ATTRACTIVITÉ

Marketing et positionnement

- Combiné Réunion – Maurice
 - Penser services complémentaires
 - Groupe de travail commun sur nouveaux marchés : Espagne, Allemagne, Scandinavie
 - Escales communes
 - Présenter contingent de chambres + important
 - Co-branding et image Océan Indien

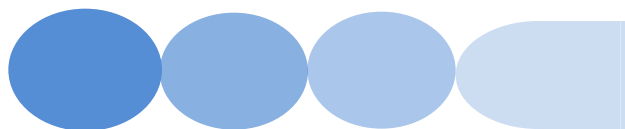




Marketing et positionnement

ATTRACTIVITÉ

- Saisonnalité
 - Trouver des segments pour remplir les « dents creuses »
- Marchés à prioriser à Court Terme
 - Europe
 - Afrique Sud





ATTRACTIVITÉ

Marketing et positionnement

- Evolution des coûts de transport
 - Re-travailler marchés en complétant par l’Océan Indien et EST de l’hémisphère sud (Australie, Inde)
 - Moyen et Long Terme : Chine
- Méthodes de promotion
 - Vendre le « Pays »
 - Puis vendre les produits





ATTRACTIVITÉ

Produits et filières : la Nature

- Pérenniser les lieux de pratique des activités de pleine nature
 - Attention activités voisines / conflits d'usage
- Améliorer l'accessibilité
- Former l'ensemble des acteurs (pour mieux valoriser la nature)
 - Formation labellisante « Parc National »

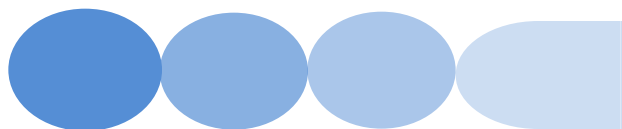




ATTRACTIVITÉ

Produits et filières : la Nature

- Plate-forme de coordination de ces activités (ajuster les différents intervenants)
- Créer des produits d'interprétation (infos sur sites)
- Equiper les sites (sanitaires, etc.)

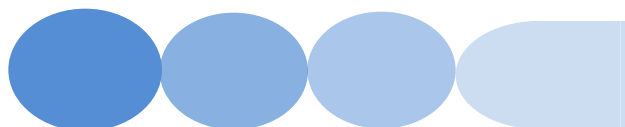




Produits & filières : Culture & Patrimoine

ATTRACTIVITÉ

- Passer à l'action !
 - Accessibilité
 - Mise en scène
 - Ajustement des calendriers
- Culture dans toutes ses dimensions
 - Immatérielles et culturelles
 - NB : réglementation !

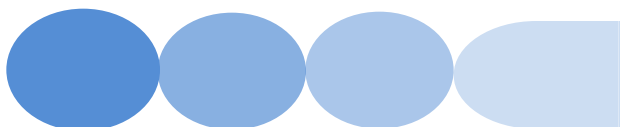




Produits & filières : Culture & Patrimoine

ATTRACTIVITÉ

- Architecture
 - Intégrer les dimension culturelles et multi-culturelles
 - Recenser monuments, intégrer la culture dans les opérations de logement, récupérer les bâtiments remarquables
- Signalétique et signalisation
- Mettre en commun les professionnels du tourisme et culture
 - Formation et rencontre





Produits & filières Culture & Patrimoine

ATTRACTIVITÉ

- Valoriser l'artisanat
 - Création d'un Institut Régional des Métiers d'Arts
- Eco-tourisme :
 - Equestre
 - Botanique / herboristerie

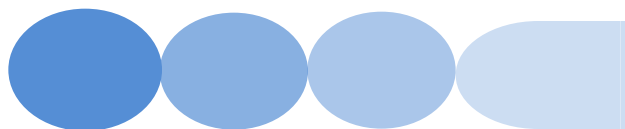




ATTRACTIVITÉ

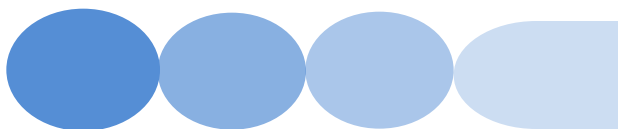
Autres produits et filières

- Golf et croisières (conditions d'accueil)
- Affaires
 - Groupe de travail (image, stratégie, etc...)
 - Congrès
 - Séminaires
 - Incentives
- NB : penser à tous les territoires !!!





L'accès aérien





L'accès aérien

TRANSPORT AÉRIEN

- Consensus préalable : l'aérien n'est pas un frein en soi, les compagnies s'adapteront
- Connectivité Nord/Sud : ouverture Europe et Régions (desserte CDG + accords commerciaux)
 - Condition : visibilité réglementaire (fiscal)





L'accès aérien

TRANSPORT AÉRIEN

- Connectivité Sud/Sud : Réunion + Maurice
 - Libéralisation
 - NB : Négociations d'État à État puis accords commerciaux
- NB : croissance hébergement Moyen et Long Terme
 - Court Terme : améliorer la concertation IRT / professionnels et compagnies aériennes pour lisser le trafic
- Attention comparaison tarifs et qualité de services entre Maurice et La Réunion

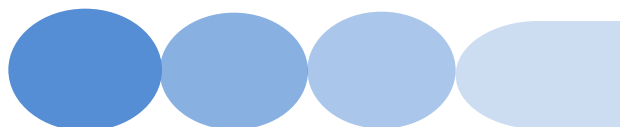




LE FONCIER

EQUIPEMENTS ET OFFRES

- 1 lieu unique de décision public et privé pour l'affectation du foncier entre besoins touristiques et autres besoins
- Identification des sites prioritaires
 - Attention activités connexes parasites
- Financement des aménagements : PPP

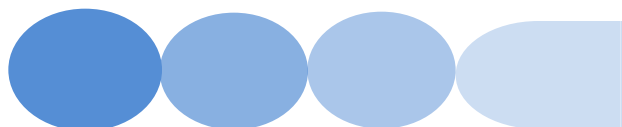




LE FONCIER

EQUIPEMENTS ET OFFRES

- Recenser les terrains privés et valider leurs compatibilités avec les objectifs publics
- Rendre cohérents les projets d'hébergement et de loisirs
 - Proximité / compatibilité / complémentarité
- Créer un comité opérationnel qui décide des affectations et qui fait le lien avec les promoteurs





LE FONCIER

EQUIPEMENTS ET OFFRES

- NB : pour les collectivités (notamment les petites communes) beaucoup de responsabilités (voiries, réseaux, etc...), peu de moyens financiers et humains
 - Appuyer financièrement et techniquement les projets à vocation touristique
- Ingénierie pour aider à régler les conditions d'acquisition (propriétaires privés – indivision – ou publics)
- Lever les « tabous » : littoral, espaces remarquables, programmes d'intérêt général...





LE FONCIER

EQUIPEMENTS ET OFFRES

- Mettre de la cohérence entre les différents documents de programmation & d'urbanisme
- Réutiliser les friches touristiques (Boucan, Salazie)
- Déclarer le Tourisme d'Intérêt Général !

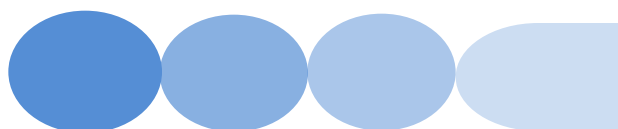




L'HÉBERGEMENT

EQUIPEMENTS ET OFFRES

- Guichet unique et dossier unique pour les montages financiers et techniques
- Rassurer les investisseurs : lisibilité du cadre réglementaire
- Déplafonner les aides et élargir les critères d'éligibilité

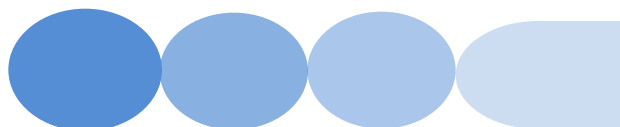




L'HÉBERGEMENT

EQUIPEMENTS ET OFFRES

- Ingénierie et accompagnement sur le produit, positionnement et commercialisation (modèles économiques)
- Valoriser les métiers et activer des formations sur les métiers annexes (niveau de base et intermédiaire : exemple massages, prof tennis...)
- Faciliter le financement et les réinvestissements de rénovation (accès prêts et subventions)





FORMATION

EQUIPEMENTS ET OFFRES

- Valoriser les métiers de la filière (particulièrement les métiers de service, restauration par exemple) pour accroître les «volumes entrants »
 - Trop peu de candidats
 - Les meilleurs partent





FORMATION

EQUIPEMENTS ET OFFRES

- Plan de carrières : accompagnement et mobilité
 - Regrouper les professionnels pour favoriser la mobilité inter-entreprises
 - Accueillir de grands groupes
- Accentuer les formations en langues
 - Immersion et accompagnement

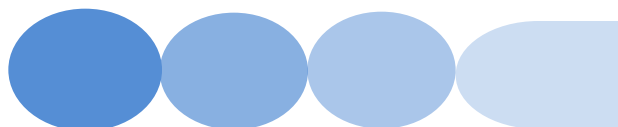




FORMATION

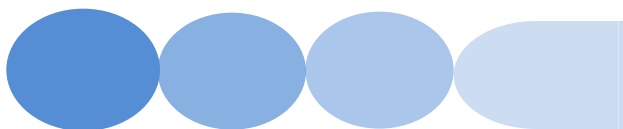
EQUIPEMENTS ET OFFRES

- Améliorer les techniques de management et d'accueil
 - Formation en intra
- Formation des politiques, sensibilisation au tourisme et aux bonnes pratiques
- Reconnaissance des métiers de guides





Gouvernance





LA GOUVERNANCE

Gouvernance

- CESN, 2006 : « Le tourisme, perspective d'avenir de l'outre-mer français »
 - « C'est d'abord de leurs élus que dépend la volonté de faire du tourisme un secteur important (...). L'adhésion la plus large possible de la population et des acteurs économiques est indispensable à la réalisation de cet objectif, l'Etat de son côté accompagnant par des mesures adaptées les décisions locales »





Gouvernance

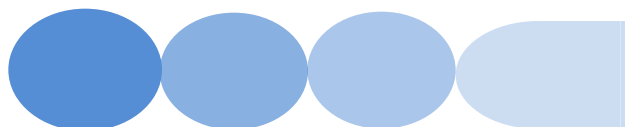
- Mille-feuille touristique
- Légitimité des acteurs professionnels
- Légitimité territoires
 - Décision politique de positionnement dans le sens du bien commun
 - Décisions stratégiques avec les acteurs partie prenantes
 - Décisions opérationnelles avec participation des responsables politiques, socio-éco, acteurs touristiques et populations locales





Gouvernance

- Foncier : cohérence SAR et objectifs des autres collectivités ou projets privés
 - Création d'un guichet unique pour déverrouiller les problèmes administratifs
- Non prise de conscience des élus du caractère de **filière économique** du tourisme (culture touristique)
 - Formation des élus





Gouvernance

- Nous n'écoutons pas assez les touristes, il le faut pour comprendre le marché
 - Apprendre à écouter et comprendre, respecter pour ensuite anticiper et adapter (restauration gouvernance unique)





CONCLUSION

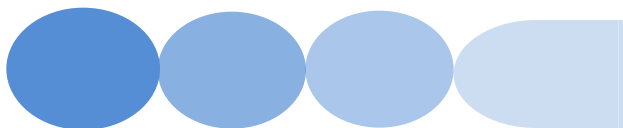
- A un moment où la croissance locale ralentit à La Réunion comme au national et où le chômage recommence à augmenter significativement...
- Avec un modèle économique singulier (BTP = 50% des emplois créés depuis 3 ans) qui impose de trouver des relais de croissance à Court et Moyen Terme (défiscalisation, grands travaux)





Conclusion

- Le tourisme présente des réponses adaptées aux besoins locaux :
 - Valorisation de ressources locales et captation de dépenses extérieures = autonomie économique durable
 - Fort retour en emplois directs et indirects, avec une forte variété de niveaux de qualifications requis = réponse à la situation de l'emploi local





Conclusion

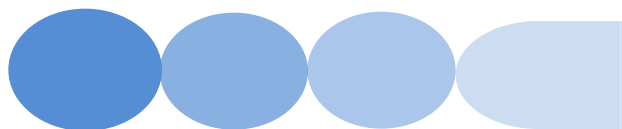
- Le tourisme est à ce titre retenu comme **Domaine d'Activité Stratégique** par les acteurs locaux :
 - Réunion Ile Verte
 - PR2D
- Et les Réunionnais eux-mêmes (SDV/Ipsos) tiennent le tourisme, de loin, comme la filière de développement la plus crédible pour l'île





Conclusion

- Le développement du tourisme est également vecteur de :
 - **Fierté** : par la mise en avant de la culture réunionnaise à l'extérieur de l'île
 - **D'ouverture** : par la dynamisation de l'offre aérienne et par l'intensification des échanges





Conclusion

- Le développement du tourisme est donc une nécessité vitale pour :

Aller chercher les points de croissance dont la Réunion a besoin jusqu'en 2030 pour résorber le chômage (INSEE / IEDOM / AFD)





Conclusion

- ...et pour :

Donner à la société réunionnaise le projet de développement auquel elle aspire (mon péi, bato fou...) et continuer d'inscrire l'île dans le monde





Conclusion

- La responsabilité des tous les acteurs concernés est dès lors engagée devant les générations actuelles et futures :

Pa capab lé mor san essayé !





Comment ?

- Comme dans tous les projets complexes, multi-acteurs, où l'essentiel est de **passer à l'action**, il s'agit de disposer :
 - D'un **pilote** (la Région)
 - Pour diriger les **plateformes opérationnelles de travail** (offre / demande) réunissant tous les acteurs concernés
 - Avec un plan d'actions **objectif**
 - Régulièrement **évalué** sur l'avancement des résultats





FIN...

- ... MERCI !

