Marianne symbole République Française
Logo Atout France

Nouvelle-Calédonie

Nouvelle-Calédonie

Les contrats de destination ont pour but de fédérer les acteurs du tourisme, publics et privés, au-delà des périmètres administratifs, autour d'une même marque de territoire et de proposer une offre mieux structurée et plus visible sur le plan international.

La spécificité de la Nouvelle-Calédonie : Un archipel en trois provinces, qui englobent chacune plusieurs communes : la province Nord, la province des îles Loyauté et la province Sud. Elle partagent l'ambition commune de relancer le tourisme international et de croisières et de positionner la Nouvelle-Calédonie comme une destination durable et responsable ancrée sur des valeurs fortes et attractives vis-a-vis des clientèles internationales.

Contrat de marque mondiale

Stratégie

Urgence de relancer le tourisme international et croisières autour de 3 axes stratégiques :

- Remobiliser et accompagner les acteurs de la filière touristique dans la reprise (construction et mise en œuvre d'une stratégie de relance concertée et fédérative) :
- Etat des lieux de l'offre, engagements de chacun autour d'un plan d'actions visant à synchroniser les actions,
- Sensibilisation des acteurs aux nouvelles tendances de voyages post-Covid et adaptation des offres et des processus ;
- Reconstruire l'attractivité de la destination sur les marchés internationaux.
- Réassurance sanitaire et commerciale, redéfinir collectivement un positionnement de la destination et une vision stratégique pour un tourisme durable à l'échelle du Pays. Faire de la Nouvelle-Calédonie une véritable destination touristique basée sur ses valeurs et ses atouts.
- Reconquérir les flux touristiques perdus et diversifier les marchés et clientèles.
- Face à une reprise mondiale ultra-concurrentielle, la Nouvelle-Calédonie doit faire entendre sa voix singulière en investissant massivement dans d'importantes campagnes de notoriété et de vente sur les marchés ciblés mais également sur d'autres marchés porteurs (Singapour et alentour).

Objectifs à atteindre

- Reconquérir les flux touristiques perdus (tout en veillant au rééquilibrage économique au profit de l'intérieur et des Iles, en tenant compte des seuils d'acceptabilité fixés pour chaque île) ;
- Augmenter les chiffres d'affaires des entreprises locales touristiques, en poursuivant une stratégie de création de valeur ;

- Diversifier la fréquentation internationale, en contribuant à la programmation de l’évolution du nombre de sièges aériens internationaux proposés, afin de mieux répartir les actions et les flux en provenance des marchés émetteurs ;
- Contribuer à une croissance des emplois directs conjuguée à un plan de formation renforcé, intégrant une carte de formation étendue, attractive sur le plan régional ;
- Favoriser la prise en compte durable et responsable de l’hébergement touristique, de l’hôtellerie classée internationale, tout comme celle de la parahôtellerie et de toute forme d’hébergement marchand ;
- Développer un ensemble de mesures concourant à l’évaluation, au pilotage et au suivi des impacts touristiques, permettant ainsi d’orienter en conséquence les politiques publiques.

Carte des contrats cadre et contrats de destination

Carte contrats cadre et destinations 2025