Polynésie française

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 Polynésie souhaite mettre résolument l'accent sur les atouts culturels polynésiens (!'artisanat, la création artistique, les mythes, l'histoire patrimoniale, le patrimoine naturel exceptionnel et préservé terrestre et marin), et plus globalement tous les critères distinctifs de la destination souvent encore trop peu connus à l'international en développant progressivement les programmes et infrastructures adaptés à cette ambition.
Contrat marque mondiale

La stratégie et les facteurs clés

Stratégie
Inscription dans un tourisme inclusif, respectueux de l'environnement ainsi que de la culture et des modes de vie traditionnels, en prenant garde de quantifier, anticiper et réduire les pressions de toutes natures et ne pas excéder les capacités d'accueil et d'acceptabilité sociétale des îles concernées.
- Diversifier activement la provenance des visiteurs (75% Amérique du Nord et Europe) en accentuant actions sur les marchés asiatiques et océaniens et répartir davantage les flux touristiques à l'intérieur des différents archipels en adaptant les offres réceptives et les moyens de transports proposés.
- Mettre l'accent sur les atouts culturels polynésiens (artisanat, création artistique, mythes, histoire patrimoniale, patrimoine naturel exceptionnel et préservé terrestre et marin)

Facteurs-clés :
- Encourager la diversification des connexions aériennes (internationales et domestiques)
- Déployer une stratégie digitale et d'animation numérique des territoires
- Elaborer et mettre en œuvre un plan de développement maîtrisé de l'hébergement touristique marchand
- Développer des infrastructures touristiques et de transport de proximité
- Consolider des actions de protection, valorisation, régénération des aménités environnementales

Objectifs à atteindre

À l'horizon de 3 ans, tels que définis précisément au sein de la stratégie sectorielle quinquennale, les actions conduites auront pour objectifs :
- D'augmenter les chiffres d'affaires des entreprises locales touristiques, en poursuivant une stratégie de création de valeur ;
- D'atteindre un seuil global de fréquentation touristique fixé dans la stratégie, et de le répartir dans les

différents
Archipels et territoires touristiques, en tenant compte des seuils d'acceptabilité fixés pour chaque île ;

- De 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 ;
- D'équilibrer et diversifier la fréquentation internationale, en programmant l'évolution du nombre de sièges
internationaux proposés, afin de mieux répartir les actions et les flux en provenance des marchés émetteurs ;
- De favoriser la prise en compte durable et responsable de l'hébergement touristique, de l'hôtellerie classée internationale, tout comme la parahôtellerie, les pensions de famille, les villas ou les hébergements flottants ;
- De définir et développer une mesure et un suivi de la satisfaction des résidents et celle des visiteurs.

Carte des contrats cadre et contrats de destination

