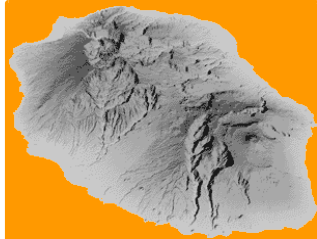


SCHEMA REGIONAL DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS DE LA REUNION

STRATEGIE ET ACTIONS 2005/2010

présentation synthétique
du Document de travail



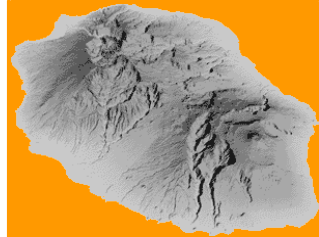
**1 – RAPPEL DES AMBITIONS
TOURISTIQUES DE LA REUNION ET
ORIENTATIONS STRATEGIQUES 2020**

Une ambition : vers 1million de touristes à l'horizon 2020

	2003	2010	2020
Nombre d'arrivées	430 000	600 000	1 000 000
Durée moyenne de séjour	16,2	14	10/12
Chiffre d'affaire généré (valeur 2004)	320 M	600/700	900/1000
Nombre d'emplois	10 000	15 000	20 000
Nombre de lits marchands	11 000	14 000	18 000

→ Une ambition qualitative: Développer un tourisme durable

- ❑ **Dimension économique:** entreprises et emplois pérennes, effet d'entraînement sur tous les secteurs
- ❑ **Dimension environnementale:** équilibre des écosystèmes, projet collectif d'une « île jardin »
- ❑ **Dimension humaine et sociale:** respect et valorisation de l'identité locale, loisirs des habitants



2 – LE CADRE DU PLAN MARKETING STRATEGIQUE

Un objectif général : développer les flux, créer de l'économie et de l'emploi par le tourisme

Trois objectifs spécifiques	Développement des flux	Augmentation des retombées économiques	Ciblage des clientèles
Des réponses adaptées	<ul style="list-style-type: none">→ Partenariats périodes creuses→ Optimisation du marché métropolitain→ Diversification des marchés émetteurs	<ul style="list-style-type: none">→ Montée en gamme progressive→ Renforcement de la demande interne	<ul style="list-style-type: none">→ Seniors actifs→ Touristes de nature→ Clientèles thématiques

Axe 1 : un travail spécifique sur les filières

Axe 2 : une politique promotionnelle diversifiée et ciblée

Axe 3 : des partenariats stratégiques et la recherche d'opérateurs

Axe 4 : des outils de liens marketing avec les publics


Le travail à partir des filières permet d'agir à la fois sur l'offre et sur la demande

Les filières sur lesquelles se concentrer au début :

- ❖ Le tourisme de découverte « nature et culture »
- ❖ Le tourisme balnéaire
- ❖ Les loisirs sportifs de nature
- ❖ Le tourisme d'affaires

L'organisation d'une filière repose sur :

- ❖ Une action coordonnée et conjointe sur le produit et la demande
- ❖ Une personne - ressource pour animer la filière
- ❖ Une structure partenariale de type « club »

	Filières	Marchés prioritaires
Filières naturelles basiques	<ul style="list-style-type: none"> → Découverte → Balnéaire → Randonnée 	Métropole Local Marchés européens
Filières et activités à vocation différenciation et image	<ul style="list-style-type: none"> → Cultures et patrimoines → Ecotourisme / Tourisme de nature → Loisirs sportifs de nature 	Métropole Marchés européens
Filière économique spécifique	<ul style="list-style-type: none"> → Tourisme d'affaires 	Métropole Local
Filières d'accompagnement	<ul style="list-style-type: none"> → Bien être/ remise en forme → Golf 	Tous marchés
Filières d'opportunités	<ul style="list-style-type: none"> → Croisières → Plaisance → loisirs sportifs « techniques » (escalade, ) 	Métropole Local Marchés spécifiques

Axe 2 : Une politique promotionnelle diversifiée et ciblée

Stratégie de positionnement de l'île de La Réunion

Marché métropolitain :

- Enrichir le positionnement actuel culture et nature
- Politique d'image et de marque
- Créer de nouveaux produits : affaires, villages créoles, ...

Interne :

- Un objectif de développement durable à travers un concept
- « d'île -jardin »
- Créer différentes gammes hébergements et de produits et monter des packages adaptés aux segments

Marchés extérieurs

- Des produits culturels
- éco-tourisme, tourisme de nature ou de découverte
- Une stratégie spécifique par marché
- Une politique avant tout commerciale et promotionnelle autour des couples produits/marchés

Une indispensable diversification et des choix de priorités et d'actions :

Types de marchés	Pays	Priorités/moyens à consacrer
Marchés de confortement	Métropole	1
	Réunion	1
	Maurice	2
Marchés stratégiques prioritaires	Allemagne Belgique, Suisse	1
Marchés d'accompagnement		
	Afrique du Sud	2
	Italie, Royaume-Uni, Espagne	3
Marchés d'opportunités Europe	Scandinavie, Hollande, Europe de l'Est	4
Marchés de défrichage	Chine, Inde	3
	Australie?	4

Des pratiques promotionnelles adaptées aux nouvelles ambitions de La Réunion

- **De nouvelles actions sur les marchés européens :**

Un choix de marchés cibles sur lesquels on concentre les moyens pendant plusieurs années.

Des actions spécifiques par marché :

Entrer d'abord sur des niches : culture, randonnée, tourisme et loisirs de nature...

Mener des actions ciblées auprès des acteurs et supports spécialisés.

Développer des partenariats commerciaux

Recours à des prestataires spécialisés avec des moyens financiers adaptés à des contrats d'objectifs

- **Une évolution des missions de l'antenne de La Réunion à Paris,**
recentrée sur des activités de prospection de marchés et de relais de commercialisation

- **Recherche d'opérateurs investisseurs extérieurs pour**

- Diversifier les clientèles
- Renouveler l'offre et créer des produits d'hébergements attractifs
- Disposer de moteurs promotionnels et commerciaux.

- **Couplage promotionnel avec Maurice :**

- Des accords commerciaux équilibrés
- Campagnes promotionnelles communes sur certaines cibles de marché en particulier européennes...

- **Des partenariats promotionnels et commerciaux avec les opérateurs touristiques :**

- Compagnies aériennes
- TO et voyagistes
- Réceptifs et prestataires réunionnais...

Axe 4 : Des outils de liens marketing avec les clientèles

- Développer les outils d'@tourisme, autour de 4 axes :

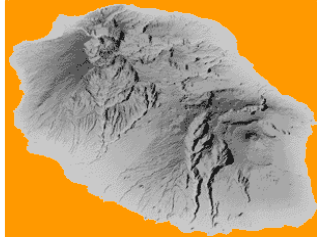
Vitrine d'appel : **Séduire**

Outil de préparation du voyage : **Informer**

Interface avec les outils commercialisation : **Faciliter l'achat**

Fonction veille stratégique: **Anticiper, Agir**

- Communiquer sur le plan local avec l'ensemble des acteurs professionnels , institutionnels et la population
- Mettre en place des conventions avec les **associations de réunionnais** en Métropole
- Une politique d'accueil de qualité: **conseil, prescription, vente**



3 – Des choix en faveur d'une réelle ambition touristique

Quatre axes stratégiques

1. La protection de l'environnement comme condition d'un développement équilibré du tourisme
2. Des choix d'aménagement du territoire en faveur du tourisme
3. Une action volontariste de développement sélective des hébergements
4. Actions par filières et thèmes d'activités

- Un souci global de gestion des ressources naturelles
 - ❑ Eau, énergie, sites et paysages

- Des politiques dédiées aux grands types géographiques :
 - ❑ Projets de préservation et de développement :
Parc des Hauts, Réserve Naturelle Marine

- Des politiques environnementales irréprochables :
 - ❑ Réseaux de traitement des eaux usées
 - ❑ Optimisation des énergies renouvelables et de leurs usages
 - ❑ Gestion des déchets

- Éducation / sensibilisation à l'environnement

Poursuivre le désenclavement de l'île

Aérien, aéroports, ...

Augmenter les réserves foncières publiques

maîtrise, optimisation économique, baux emphytéotiques

Améliorer et diversifier les modes de déplacements intérieurs

itinéraires alternatifs RD, plan vélo en site propre, zones piétonnes en stations...

Renforcer la place du paysage et du patrimoine

enfouissement des réseaux, mise en valeur des bâtis, créer des « fenêtres », végétaliser

Améliorer le fonctionnement et la qualité urbanistique des bassins de vie

chartes paysagères et architecturales, circulations douces, qualité environnementale

Apporter des réponses spécifiques aux besoins de loisirs des habitants : équipements de proximité, bassins de baignade, zones de plein air...

L' hébergement, élément fondamental du bien-être, de l'image et de la magie d'un séjour touristique

- ⇒ **Création d'hébergements attractifs en eux-mêmes** (cf programmes innovants)
- ⇒ **Développement de produits ou équipements nouveaux avec hébergements**
 - ⇒ Centre de conventions
 - ⇒ Golfs : extension golf d'Etang salé, du bassin bleu
 - ⇒ Bien-être / remise en forme
- ⇒ **Primes à la qualité pour les hébergements en milieu rural**
- ⇒ **Incitations à la rénovation d'établissements existants**
 - ⇒ Recours systématiques à des « hommes de l'art » pour renforcer l'exotisme et la qualité globale: architecture extérieure et intérieure, espaces verts et jardins
 - ⇒ Promouvoir les critères HQE: matériaux, intégration, économies de fluides

Création de gammes diversifiées d'hébergements

- Regroupement à vocation de séjour, d'hôtellerie, restauration, activités de loisirs ou d'affaires
- Site de qualité
- Opération spécifique à monter (ex: resort golfique)

Création d'hébergements en pleine nature (« lodges réunionnais »)

Programme de rénovation des gîtes de montagne

Convention pluriannuelle pour définir et coordonner les interventions publiques sur l'espace départemento - domanial

Conforter le tourisme balnéaire

Contenu :

Préservation du milieu

Création d'équipements de loisirs: piscines d'eau de mer, bassins de baignade

Aménagement de sites

*Opérations nouvelles dans les 4 microrégions

*Rénovation/ requalification /amélioration de l'existant

Modalités :

Un « plan qualité du littoral Réunionnais »

Un outil d'animation de la politique littorale

Un cadre d'actions cohérent et phasé

Contenu :

Structurer les activités et les mettre en réseau : activités de pleine nature, sites culturels, jardins ou sites de loisirs, artisanat, restauration....

Gérer les flux sur les sites selon les usages: découverte/contemplation, changement d'air/pique-nique, loisirs et sports, habitat...

Contenu :

- *Enrichir et améliorer les conditions d'hébergements :
élargir la gamme, mener une opération exemplaire sur le site du volcan
- *Entretenir et sécuriser les circuits existants
- *Développer de nouveaux sentiers : boucles, étoiles,...

Modalités :

- *Programme de rénovation des gîtes de montagne
- *Mise en oeuvre coordonnée du Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée

Contenu :

Création d'un centre de conventions :

Un centre de conventions plus qu'un strict palais des congrès, avec une architecture originale et typée, dans un environnement fonctionnel et très tropicalisé.

Structuration de la filière : création d'un club tourisme d'affaires

Favoriser le développement des loisirs sportifs de pleine nature

Activités
Canyoning
Escalade
VTT
Eaux vives
Equestre
ULM/vol à voile
Plongée
Pêche au gros
Surf

Actions principales à mener (selon les cas) :

- Equipement de sites
- Sécurisation des accès
- Financement et entretien des sites
- Appui aux professionnels
- Dynamique commerciale et promotionnelle

Contenu :

Création d'équipements culturels :

Deux projets d'ambition régionale : musée des arts décoratifs de l'Océan Indien sur St Louis et Maison des civilisations et de l'unité réunionnaise.

Plusieurs projets d'ambition plus locale, dont maisons thématiques : nécessité d'une grande prudence économique

Dynamisation et meilleure gestion des équipements existants

3.5 Actions sur les autres thèmes et filières

Améliorer le potentiel golfique de La Réunion

Un produit à développer en complément avec Maurice

Contenu :

Développement prioritaire de l'offre existante : golf de l'Etang salé, du bassin bleu, du Colorado

Développement d'autres projets : Golf sur le nord ou l'est de l'île, golf rustique dans les hauts

Contenu :

Un établissement de santé / remise en forme (thermes de Cilaos)

Développement de services variés liés au bien-être et à la remise en forme dans les hôtels

Créer des liens permanents entre les activités culturelles et les activités touristiques

à travers

Des spectacles: musique, théâtre, danse,...

Des moments de convivialité et de partage

Des évènements festifs

Des évocations historiques

Des lieux de patrimoine

La littérature et la poésie

Le cinéma: documentaires et œuvres de fiction, adaptation de romans

...

Contenu :

Aménagements qualitatifs des ports d'accueil et structuration des services à la clientèle: Port, Saint Gilles, Saint Pierre...

Appuis ponctuels aux opérateurs : soutien promotionnel, moyens matériels sur des opérations...

Accompagner l'émergence des activités de plaisance

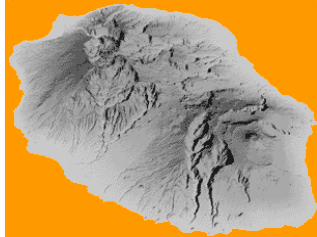
Contenu :

De nombreux projets d'aménagements ou d'extensions de ports : St Denis, Ste Marie, Bocage, Cambaie, grande plaisance au Port, Manapany,...

Modalités :

Prendre en compte les conclusions de l'étude de définition en cours
(DDE / Région).

Etre attentif aux comptes d'exploitation prévisionnels et aux réels potentiels du marché.



4 – Une évolution de l'organisation territoriale et des modes d'intervention

Objectif : Un schéma d'organisation qui vise l'efficacité et le volontarisme

Une organisation classique, calquée sur le modèle métropolitain	Une forte ambition de développement touristique	Une nécessité d'agir conjointement sur l'offre, la qualité
--	--	---



Nécessité de « changer de braquet »

Un schéma d'organisation spécifique à La Réunion

4 axes de travail :

Une compétence pleine et entière à la Région

Une réorganisation de la politique marketing

Une adaptation de l'organisation de l'accueil

Une professionnalisation des acteurs

Le schéma d'organisation est globalement pertinent, mais calqué sur celui de la métropole, sans correspondre aux véritables exigences réunionnaises.

Contexte en forte évolution :

- ❑ Réforme de la décentralisation
- ❑ Le SDATR, contribution au SAR et au SMVM, aux politiques de planification spatiale et financière
- ❑ Des intercommunalités jeunes
- ❑ Une forte dynamique de projets...

**Une ambition de développement touristique
qui impose de « changer de braquet »**

Une répartition en bloc d'intervention a été arrêtée pour être effective au 1er janvier 2005, avec pour la Région :

- ❑ La prise en charge des budgets d'action des structures touristiques (CTR, ...).
- ❑ Le maintien des compétences en matière d'aides aux entreprises et aux aménagements touristiques
- ❑ Une compétence nouvelle en matière de tourisme rural : financement des hébergements (gîtes, chambres d'hôtes...), et des budgets d'organisme de promotion du tourisme rural (relais des gîtes, Maison de la Montagne
- ❑ la signature de convention avec les autres partenaires pour que les actions au niveau du domaine forestier soient coordonnées, (importance de ces espaces dans le produit touristique Réunion)

Une **structure unique « Réunion Tourisme »** qui rassemble les fonctions développement, animation de l'offre, qualité, marketing, commercialisation, et promotion.

Des chefs de produits ou responsables de filières qui assument le lien entre les politiques d'offres de la Réunion, les prestataires et les actions promotionnelles sur les marchés.

« Réunion Tourisme » comprendra plusieurs départements fonctionnels :

- ❑ Développement : toutes les actions sur l'offre et le produit
- ❑ Commercialisation, information, @tourisme
- ❑ Promotion : toutes les actions sur les marchés
- ❑ Veille marketing, observation, études...

Principe : un office de tourisme de pôle ou maison du tourisme par EPCI, plus un , si justification objective, pour les zones à forte identité touristique

Intégrer une mobilité dans les cursus : voyages d'études, stages en entreprises en Europe ou à l'étranger, ...

Plusieurs domaines identifiés :

- Une culture générale du tourisme
- Les métiers de l'accueil et de l'information
- L'apprentissage de l'anglais
- L'apprentissage des langues étrangères
- Les brevets d'État sportifs
- Les métiers du guidage et de l'accompagnement
- Les métiers liés à l'environnement
- Les métiers d'art et de l'artisanat touristique
- Les nouvelles technologies de l'information et la communication
- L'ingénierie de projets
- ...

Proposition de fiche action

→ Domaine (à cocher)

Produits

Marchés

Territoire

Formation

Autre (préciser)

→ Objectif de l'action

.....

→ Description de l'action

.....

→ Moyens à mobiliser.....

→ Délai de réalisation.....

→ Auteur de cette proposition: Prénom Nom.....

Organisme

Adresse

Tel:

fax:

Mel: