

7^e Francophonies du
e-TOURISME

14 & 15 juin 2018
Rencontres du e-Tourisme au Moca Montgaillard
Débats, animations et ateliers autour des problématiques touristiques locales

FÉDÉRATION
DE TOURISME I.R.T.

Quels sont les enjeux d'un tourisme insulaire pour ses résidents ?

Groupe de réflexion n°5

Introduction

Mots clefs

1. L'ici et l'ailleurs

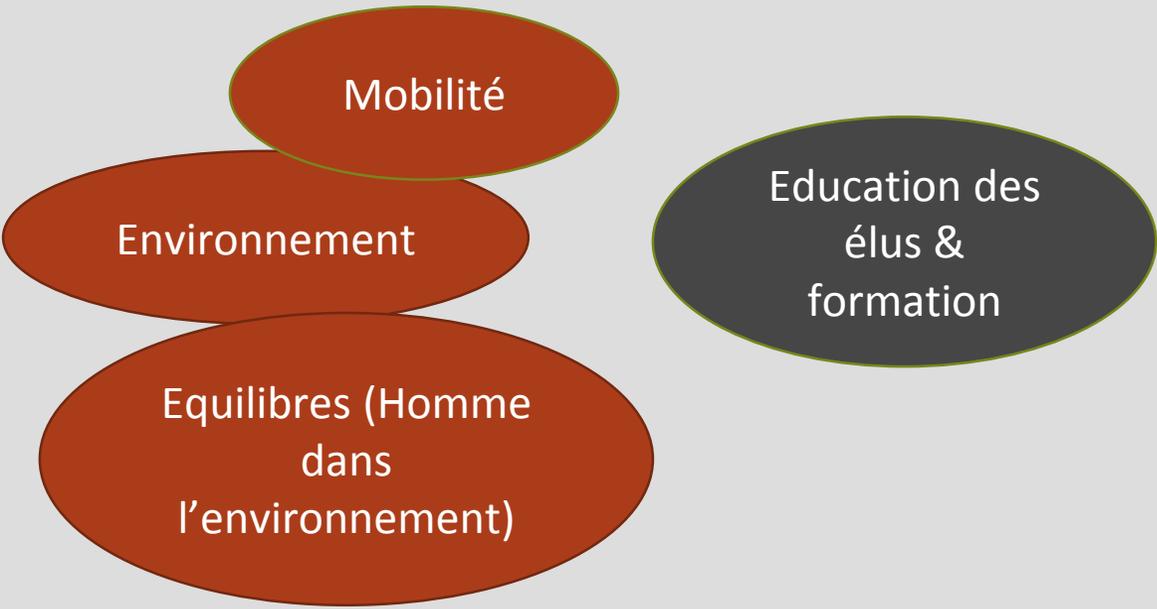
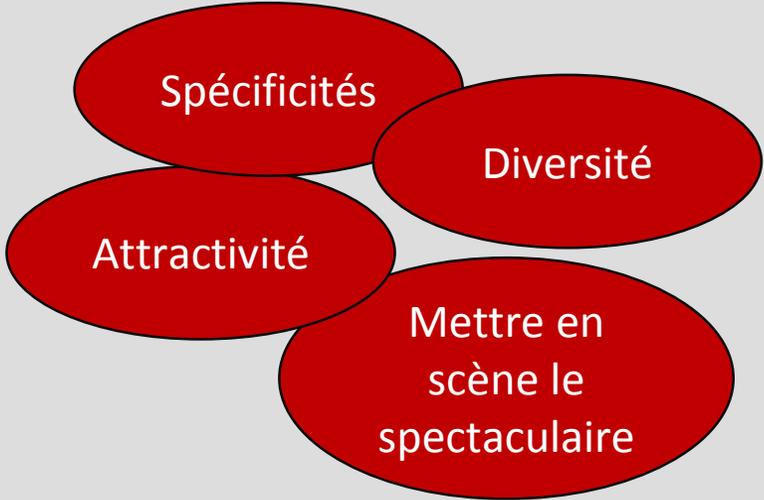
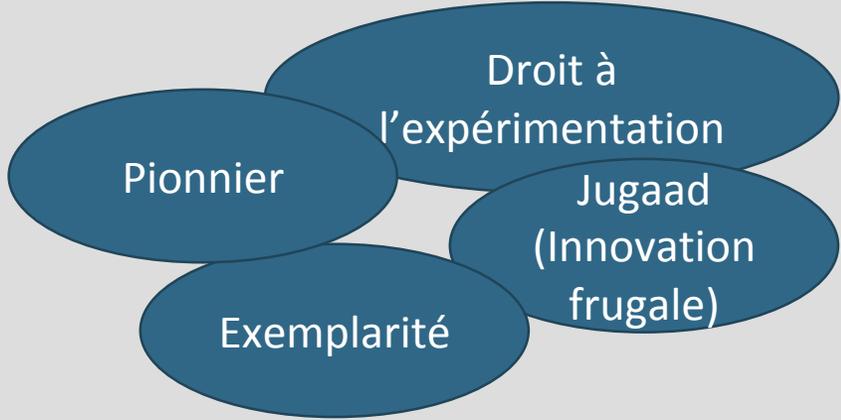
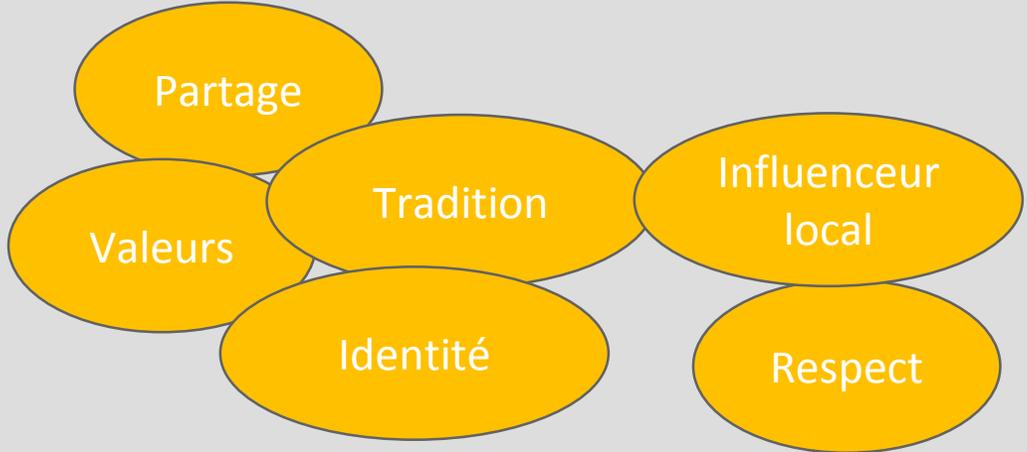
1. Forger une culture touristique

1. Un modèle touristique insulaire à inventer

Conclusion

Introduction

- Culture insulaire est partagée entre l'île défendue et un monde extérieur idéalisé mais dangereux (diasporas Irlande).
- La culture insulaire n'est pas forcément tournée vers la mer.
- L'insularité : souvent un repli identitaire (Antilles, Corse) mais parfois une ouverture vers l'autre (c'est le cas de La Réunion).
- L'insularité cristallise et amplifie les phénomènes observés ailleurs.
 - Gestion « française » des crises versus la réalité ailleurs (requins, etc.).
- Le tourisme: débouché économique naturel pour les résidents (rente de situation, passivité).



1. L'ICI ET L'AILLEURS

1. L'ici et l'ailleurs

- Double vocation touristique : endogène & exogène
 - La Réunion : tourisme local (60% semaine / 80% week-end).
 - Forte identité locale / dépendance de la métropole.
 - Marché intérieur fort : capitaliser sur connaissances et cultures locales.
 - Corse, Haïti, Guadeloupe, Martinique, La Réunion, etc.
- Difficulté de trouver des équilibres :
 - Mobilité :
 - Dépendance à la voiture / absence de transports publics.
 - Connectivité aérienne (métropole – ROW) / croisiéristes (70.000).
 - Hébergement (avions pleins d'affinitaires / hôtels vides).
 - Environnement :
 - PN La Réunion (42% territoire), réserve marine, site UNESCO.
 - Fragilités de l'île : impacts concentration sur zones sécurisées / conflits d'usage / absence de projets d'aménagement.

- Double vocation touristique : endogène & exogène
 - La Réunion : tourisme local (60% semaine / 80% week-end).
 - Forte identité locale / dépendance de la métropole.
 - Marché intérieur fort : capitaliser sur connaissances et cultures locales.
 - Corse, Haïti, Guadeloupe, Martinique, La Réunion, etc.



- Difficulté de trouver des équilibres :
 - Mobilité :
 - Dépendance à la voiture / absence de transports publics.
 - Connectivité aérienne (métropole – ROW) / croisiéristes (70.000).
 - Hébergement (avions pleins d'affinitaires / hôtels vides).
 - Environnement :
 - PN La Réunion (42% territoire), réserve marine, site UNESCO.
 - Fragilités de l'île : impacts concentration sur zones sécurisées / conflits d'usage / absence de projets d'aménagement.



2. FORGER UNE CULTURE TOURISTIQUE

- Force économique :
 - Ce qui est reconnu : économie du tourisme à La Réunion (500.000 visiteurs, 350.000 millions de recettes).
 - Ce qui ne l'est pas : transversalité du tourisme.
 - Secteur parcellisé : manque lobbying du tourisme.
 - Tourisme doit être un levier pour redynamiser secteurs en crise (mono-industrie).

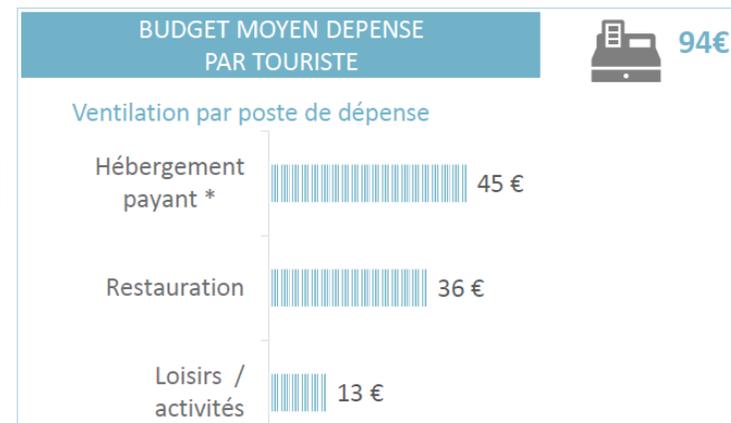
DÉPENSES DES TOURISTES LOCAUX LORS DE LEURS SÉJOURS SUR L'ÎLE

Séjours avec nuitées Mars 2017- Février 2018

- En moyenne, tous postes de dépenses confondus, les résidents réunionnais dépensent **94€ / personne pour leur séjour, soit 223€ / ménage)**
- **L'hébergement** est le **premier poste de dépense**, suivi de la restauration et des loisirs payants

NB : on estime en moyenne à 2,9 le nombre de personnes par séjour en hébergement payant sur la période

Soit un budget moyen par ménage de 223€



- Changer façon de penser, éduquer et former :
 - Service, servitude.
 - Ce qui est bon pour les Réunionnais est bon pour les visiteurs.
 - Habitants doivent être ambassadeurs de leurs territoires.
 - Eduquer dès l'école primaire (institutrice Mafate : application pour l'anglais).
 - Donner de la valeur à l'histoire, la culture, la langue, aux patrimoines.
 - Cf. culture touristique à Maurice (incoming : AR pour 37% treks à LR).

The screenshot shows a Facebook group page for 'kan ou aime la réunion'. The page features a search bar at the top with the text 'kan ou aime la réunion'. Below the search bar, there is a navigation bar with the user's name 'Guillaume', the word 'Accueil', and several icons. The main content area displays a large image of a rocky river with a waterfall. Below the image, there is a blue button labeled '+ Rejoindre ce groupe' and a 'Plus' button. To the right of the 'Plus' button, there is a link: 'Rejoindre ce groupe pour afficher la discussion, publier et commenter.' On the left side of the page, there is a sidebar with the group name 'kan ou aime la réunion', a 'Groupe fermé' status, and a list of members and shortcuts. The 'À propos de ce groupe' section is visible at the bottom, containing a description of the group's purpose.

kan ou aime la réunion'

kan ou aime la réunion'

Groupe fermé

À propos

Membres

Raccourcis

Travel 4 Change

Les petits entreprene... 8

Ambassadeurs des Act...

ID-Tourism 8

+ Rejoindre ce groupe

Plus

Rejoindre ce groupe pour afficher la discussion, publier et commenter.

À propos de ce groupe

Description

Kan ou aime la réunion est une page qui nous permet de mettre en valeur notre belle île de part le monde, de vous faire connaître ces coutumes d'hier et d'aujourd'hui, sa cuisine, sa biodiversité en passant par ces nombreux paysages à coupé le souffle sans oublié ses habitants au grand coeur. Cela

CRÉER DES GROUPES

Grâce aux groupes, vous pouvez partager encore plus facilement avec vos amis, votre famille ou votre équipe.

Créer un groupe

7^e Francophonies du e-TOURISME

3. UN MODÈLE TOURISTIQUE INSULAIRE À INVENTER

- De nombreux freins réglementaires :
 - Cuisines, normes (vols ULM), lois littoral et montagne.
 - Volcans : 6 autorisations pour installer des toilettes.
 - Difficultés à passer à l'acte, à agir : lourdeurs administratives



- Nœud gordien : les élus
 - Politiques responsables, pouvoirs publics défailants (effet de mode).
 - Département : formation pour gîteurs de La Nouvelle (semi fonctionnaires, clientélisme, thermes de Cilaos et service clients)
 - Enjeux politiques importants (élus, entreprises, résidents).
 - Pas de culture d'investissement pour retour sur investissement
 - Modèle non voulu : Ibiza ou Maurice.
 - Le littoral (loi ELAN : aménagement des interstices)



- Nécessité de penser sur le long terme :
 - Dépendance de l'aérien (quel avenir ?).
 - Quel produit ?
 - Montée en gamme / marché de niche.
 - Aménagement de l'espace :
 - Maitrise et coût du foncier.
 - Surexploitation ressources (eau, déchets).
 - Exemple de la Nouvelle Zélande (6 millions touristes pour 4 millions habitants) !



CONCLUSION

Quels enjeux du tourisme insulaire pour les résidents ?

- Le droit à l'expérimentation :
 - Relation aux pouvoirs publics :
 - Redonner des espaces de libertés (volcan en éruption).
 - Associer les résidents aux projets d'aménagements et espaces dédiés aux activités (entreprises vélo – pistes de VTT).
 - S'appuyer sur les résidents pour :
 - Identifier les pratiques des locaux.
 - Aller chercher l'expérience, mettre en scène le spectaculaire.
 - Partager les conseils et communiquer (y compris sur réseaux sociaux).