

**AVIS**

**DU CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL  
RÉGIONAL**

**SUR**

**LE RAPPORT D'ACTUALISATION DU SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT  
ET D'AMÉNAGEMENT TOURISTIQUE DE LA RÉUNION (SDATR)**

**ASSEMBLÉE PLÉNIÈRE DU 19 JUIN 2018**

***Adopté à l'unanimité des membres présents ou représentés***

*Ont pris part au vote: Philippe ARNAUD, Hugues ATCHY, Shenaz BAGOT (procuration à Dominique VIENNE), Maximin BANON (procuration à Pierrick OLLIVIER), Séverine BES DE BERG, Jasmine BÉTON-MATAUT, Marcel BOLON, Marcelino BUREL, Jean-Pierre CHABRIAT, Érick CHAVRIACOUTY, Nicole CHON-NAM, Sylviane DIJOUX, Philippe DOKI-THONON, Patricia DOXIVILLE, Frédéric FOUCQUE, Catherine FRÉCAUT (procuration à Philippe DOKI-THONON), Haroun GANY, Patrick GEIGLÉ, Patrick GERBITH, Chantal GRÉGOIRE, Louise HOARAU (procuration à Jean-Pierre RIVIERE), Théodore HOARAU, Jérôme ISAUTIER (procuration à Philippe ARNAUD), Gina LAYEMAR, Jean-Marie LEBOURVELLEC, Sylvie LE MAIRE, Céline LUCILLY, Christophe MADIKA (procuration à Marcelino BUREL), Karl MAILLOT, Éric MARGUERITE, Jean-Raymond MONDON, Thierry MOULAN, Chryslène MOUTIAMA, Stéphane NICAISE, Pierrick OLLIVIER, Aude PALANT-VERGOZ, Alain PUELLE, Maryvonne QUENTEL, Corine RAMOUNE (procuration à Sylviane DIJOUX), Cyrille RICKMOUNIE, Jean-Pierre RIVIERE, Anne-Marie SCOPE, Joël SORRES, Dominique VIENNE, Yves ZOOGONES.*

Le CESER tient tout d'abord à remercier les représentants de la Collectivité régionale pour la qualité de la présentation du projet de SDATR. Il déplore, néanmoins, le fait d'avoir disposé du document complet seulement 3 heures avant la rencontre.

De ce fait, et compte tenu du délai contraint, il ne pourra émettre un avis complet et circonstancié, comme il l'aurait souhaité. Il le regrette d'autant plus qu'à partir de la présentation qui lui en a été faite, ce projet de Schéma semble particulièrement riche, détaillé et englobant.

**En préambule**, le CESER tient à souligner le fait que les revenus du tourisme constituent une des composantes des revenus d'exportation et qu'à ce titre ils contribuent à l'amélioration de notre balance commerciale.

Cela étant posé, il rappelle qu'il est primordial que ce schéma donne des orientations **claires très factuelles**, afin d'inciter tous les acteurs à se les approprier et à coopérer. Le but n'est pas d'opposer mais bien d'insuffler une dynamique pour stimuler **les initiatives privées** et permettre de développer de manière pérenne notre tourisme réunionnais.

L'atteinte de cet objectif dépendra également des mesures réellement incitatives qui seront prises à l'attention des entreprises, en vue de rendre le secteur plus compétitif, notamment dans le cadre de la renégociation actuelle de la LODEOM ainsi que le déblocage des dossiers au niveau des administrations fiscales (BERCY) et environnementale (Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement). Certes, cet aspect est parfois dû, pour partie au cadre réglementaire inadapté mais pas uniquement.

Par ailleurs, ce schéma ouvre la voie sur une mise en œuvre plus opérationnelle qui se décline sur la base de fiches actions. Cette ambition, que le CESER salue, nécessite que le sujet de la gouvernance soit efficacement traité et que les objectifs s'imposent alors à tous les acteurs avec des échéances précises et un suivi rigoureux.

Il est à ce stade important que les acteurs privés soient également associés tout au long de la mise en œuvre.

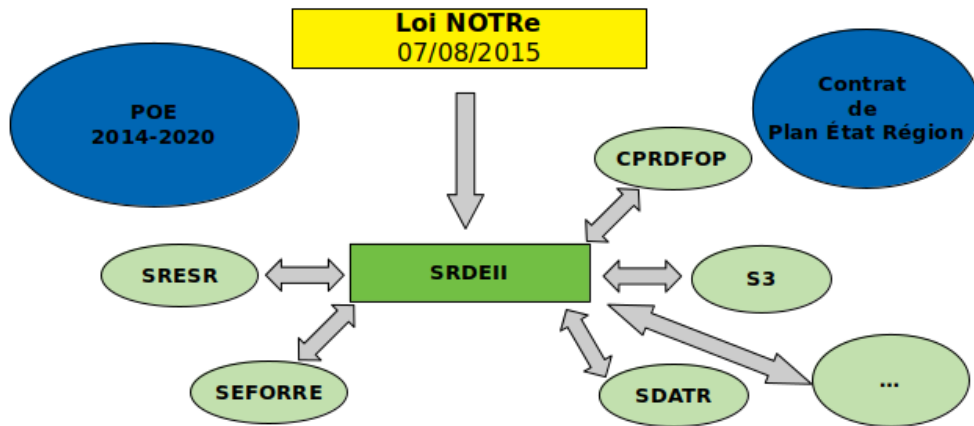
Concernant la formation, il conviendrait là aussi de prioriser les actions afin de rendre notre destination attractive.

*Ces principes liminaires étant posés, le CESER à l'examen du SDATR a souhaité émettre les observations et préconisations suivantes :*

Tout d'abord, le CESER note que le présent document doit remplacer le premier Schéma réalisé entre 2002 et 2006 en le réactualisant.

Il note que cette démarche s'est faite dans un cadre normatif renouvelé, reposant sur une large concertation et partant du diagnostic du précédent document. Cette démarche est, selon le CESER, essentielle pour la cohérence, le partage des enjeux, l'adhésion à la stratégie arrêtée et aux actions proposées qui mobilisent, par ailleurs, tout l'écosystème territorial.

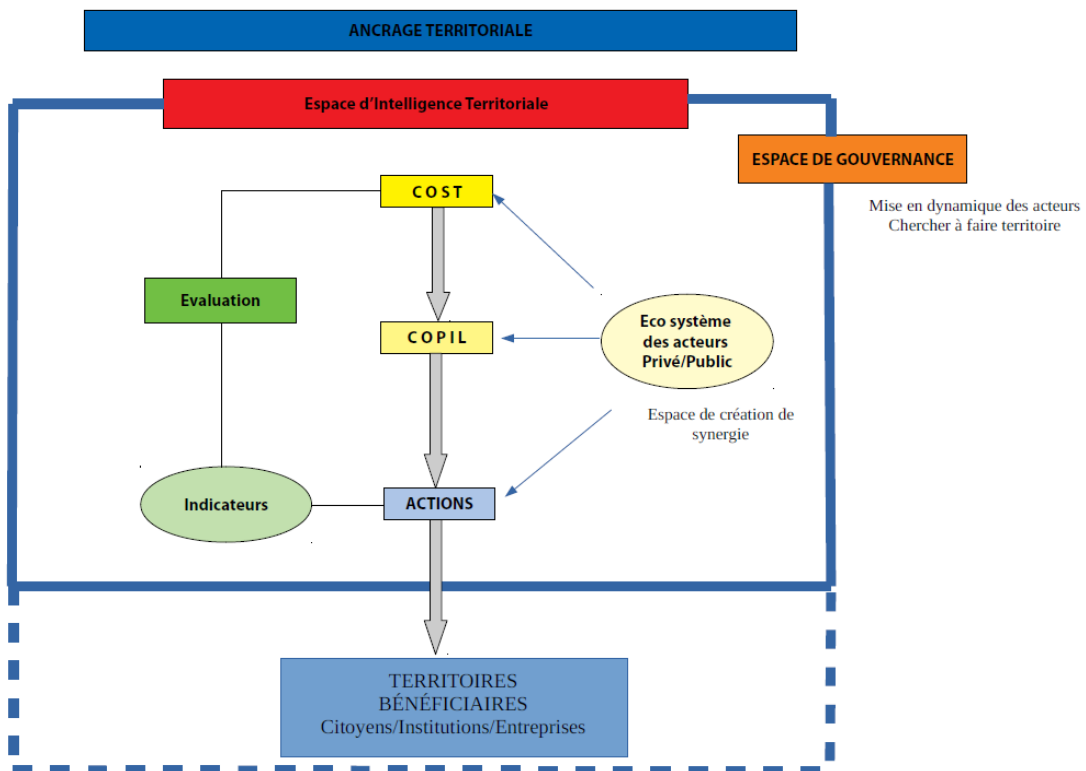
(Schéma ci-dessous).



Source CESER

## GOUVERNANCE

Face à la multiplicité des acteurs publics et privés du tourisme réunionnais, le CESER souligne l'importance de développer et de consolider l'ancrage territorial de cette politique publique. En l'absence d'une véritable gouvernance, la multiplicité des niveaux décisionnels et l'absence de déclinaison opérationnelle ont conduit à l'échec du premier SDATR. Ce constat met en exergue la nécessité absolue de concevoir des espaces de gouvernance multi-acteurs, multi-niveaux, nourris par les actions de contrôle et d'évaluation (recherche d'efficacité voire d'efficience). Il estime que cela est d'autant plus important compte tenu des échéances (10 ans pour les axes stratégiques et 5 ans pour le plan d'actions opérationnel).



Source CESER

Cet aspect est essentiel à partir du moment où se posent certains questionnements comme la place de l'agroalimentaire dans la problématique du développement touristique, ou encore celle de la ruralité, de l'artisanat, de la gastronomie, de l'accès aux sites emblématiques (notamment le volcan lors de phases éruptives, ...), de la place et du rôle des associations sur le territoire, de la capacité à apporter des réponses pertinentes et partagées face aux contraintes (normes, ...). Sur ce dernier point, le CESER préconise que dans le cadre du projet de révision de la Constitution, la Réunion doit saisir l'opportunité du positionnement en faveur de la différenciation territoriale au travers des habilitations et adaptations proposées à chaque territoire ultramarin. Les réponses apportées contribueront, dès lors, à proposer une expérience différenciante en matière touristique.

Au-delà de cette possible modification, il est important que tous les acteurs concernés, publics et privés, mettent en œuvre cette gouvernance et pilotent véritablement les fiches actions pour, donner du sens à nos produits en définissant des univers touristiques spécifiques, créer des parcours de découverte permettant de multiplier les moments d'achats. Ce chantier de la gouvernance doit être le focus absolu.

Dans cet exercice, il est primordial que chacun mesure l'importance des marqueurs différenciants qui s'attachent à la destination pour permettre leur mise en valeur rapide et pérenne et éviter que les principes de précautions aussi légitimes soient-ils, entrent en contradiction avec le développement touristique comme l'inaccessibilité du volcan en phase éruptive ou les messages de sensibilisation sur la Dengue ou le risque requin, autant de messages délétères relayés à l'échelle nationale.

De plus, parmi ces marqueurs différenciants, la gastronomie doit apparaître plus clairement afin de l'intégrer dans toutes ses composantes dans le parcours clients en mettant l'accent sur les produits tels que le rhum, la vanille, les sucres spéciaux et l'ananas.

## INNOVATION

En la matière, le CESER note que les objectifs sont de trois ordres :

- Favoriser l'innovation dans l'ensemble de la chaîne touristique et en particulier les sports de pleine nature,
- Enrichir les expériences clients,
- Mobiliser et fédérer les acteurs publics et privés autour de l'innovation touristique.

Il insiste pour que le soutien et la stimulation de l'innovation laissent une place à la population qui elle-même peut en être la source. Il rappelle l'importance du tourisme numérique et le nécessaire maillage entre tradition et numérique.

	2010		Réalisé	2020	2025	
	Objectif SDATR 2004	Réalisé	2017	Objectif SDATR 2004	Hyp. médiane	Hyp. haute
<b>CA généré (M€)</b>	600 / 700	296,3	356,2 *	900 / 1 000	<b>500</b>	<b>630</b>
<i>Dép. quotid. moy.</i>	77€	47€	42€	86€	52€	56€

*Source SDATR*

L'objectif de hausse du chiffre d'affaires est l'indicateur clé prioritaire. Dans l'approche présentée deux composantes sont prises en compte : la fréquentation et la dépense journalière moyenne.

➤ La fréquentation : les chiffres de fréquentation présentés font évoluer les arrivées touristiques de 18 % en hypothèse médiane et de 48 % en hypothèse haute.

Cette augmentation envisagée sur la période porte principalement sur la clientèle d'agrément (plus de 86 % du total) et sur l'axe prioritaire Métropole/Réunion, sur lequel des efforts importants doivent être faits.

En ce qui concerne les autres marchés, il est essentiel de préciser que l'objectif prioritaire est bien d'aller chercher cette autre clientèle en travaillant sur des niches de clients en recherche d'expériences proposées et maîtrisées. Par ailleurs, le cadre des chiffres présentés ne doit pas s'imposer comme objectif ultime à atteindre à tout prix. Le schéma doit plutôt ouvrir le champ des possibles sur les cibles de destination, car les choix stratégiques ne doivent pas être figés et peuvent évoluer, dans un sens comme dans l'autre, en fonction de la conjoncture.

➤ Les dépenses journalières : ces dépenses sont très différentes en fonction de la typologie clients (affinitaire, agrément, affaire) et il est à ce titre important de faire apparaître très clairement des objectifs ambitieux sur la clientèle d'agrément, cible prioritaire dans l'évolution du tourisme. En 2017, la dépense moyenne était de 42 € au global, de 57 € sur la clientèle d'agrément mais de seulement de 28 euros sur celle affinitaire, et celle du tourisme d'affaire de 41 €.

Fixer ces dépenses journalières moyennes dans une fourchette de 52 € à 56 €<sup>1</sup> ne semble pas être à la hauteur de l'enjeu pour le secteur, même s'il est proche de la moyenne nationale. Il faut détailler l'objectif cible des dépenses sur les clientèles d'agrément prioritaires, car leur contribution est essentielle pour les différents acteurs de l'écosystème territorial du tourisme. Il convient, en ce sens, d'être plus ambitieux, le but étant de les inciter à réagir, de les motiver, de les impliquer et de les responsabiliser, sachant que les services rendus seront profitables.

Cette approche implique de porter l'effort sur la nature de la destination « Réunion » pour lui conférer une dimension « expérientielle » unique et d'une grande qualité. Ce positionnement préconisé sur le tourisme expérientiel est pertinent, car il nous oblige à mettre en avant nos critères différenciants en faisant notamment référence au partage de notre identité réunionnaise pour rendre notre destination unique à vivre.

➤ Les dépenses globales doivent impérativement augmenter de manière significative afin de permettre une vision plus profitable du secteur. Mais pour ce faire, la montée en gamme de nos services doit être une ambition immédiate et sa mise en œuvre rapide. Dans ce cadre, Le CESER souligne la nécessité de mener une réflexion sur la monétisation d'un certain nombre de prestations aujourd'hui gratuites et sur leur déclinaison opérationnelle.

➤ Les objectifs en termes d'hébergement mettent clairement l'accent sur les structures entrant dans un schéma traditionnel d'accueil (hôtels, chambres d'hôtes, ...). Cette orientation est essentielle pour construire un environnement économique profitable à tous. Le CESER insiste sur la problématique du foncier touristique à libérer afin de permettre aux projets d'aboutir dans des temporalités acceptables, qu'il s'agisse des structures importantes ou des hébergements plus typiques dans des lieux emblématiques.

---

<sup>1</sup> Ce budget pour mémoire est de 80 € en Martinique et 106 € à Maurice.

## EMPLOI

Le CESER note que la problématique de l'emploi a bien été prise en compte dans les objectifs quantitatifs de croissance. Il demande qu'un travail soit mené afin d'affiner en termes qualitatifs la nature de ces emplois.

- Au regard de l'évolution des ratios et avec l'objectif d'une meilleure productivité, le **nombre d'emplois** visé en 2025 est de 13.500 en hypothèse médiane (optimisation) et 17 000 en hypothèse haute (croissance).

	2010		2016	2020	2025	
	Objectif SDATR 2004	Réalisé	Réalisé	Objectif SDATR 2004	Hypothèse médiane	Hypothèse haute
<b>Nombre d'emplois</b>	15 000	9 303 *	11 239 *	20 000	13 500	17 000

\* Source : Accoss stat / Observatoire régional du tourisme

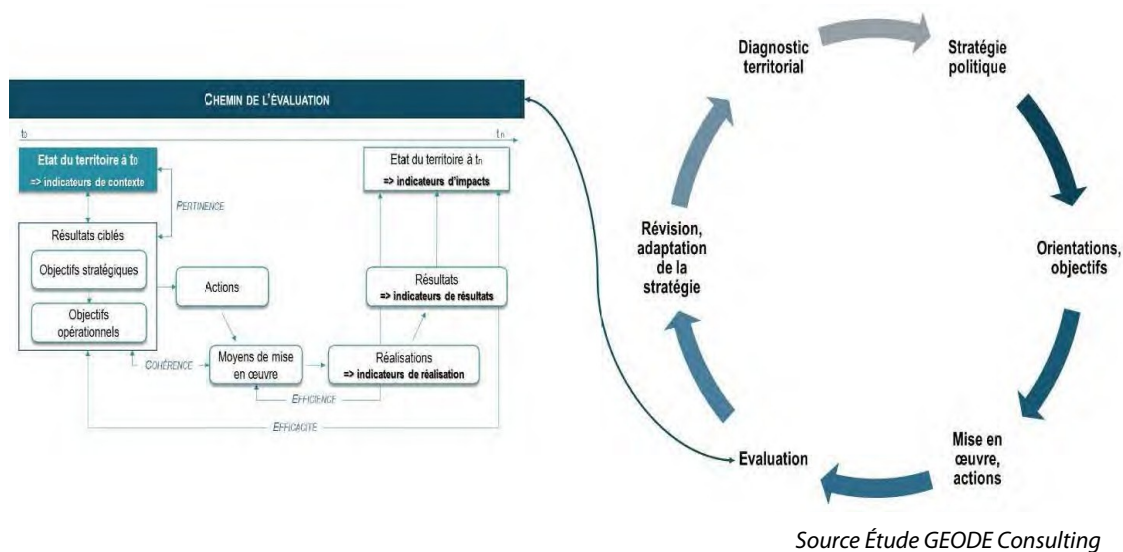
## DYNAMIQUE DU CHANGEMENT

Le CESER insiste enfin sur les efforts à poursuivre en matière de communication touristique. Pour lui, la population doit être une cible à privilégier. Il rappelle la nécessité de l'apprentissage des langues étrangères, tant en enseignement initial qu'au niveau de la formation continue, en particulier pour les personnes en prise directe avec les touristes.

Il est primordial de focaliser toutes les énergies sur l'anglais de manière très rapide et très intense.

## ÉVALUATION

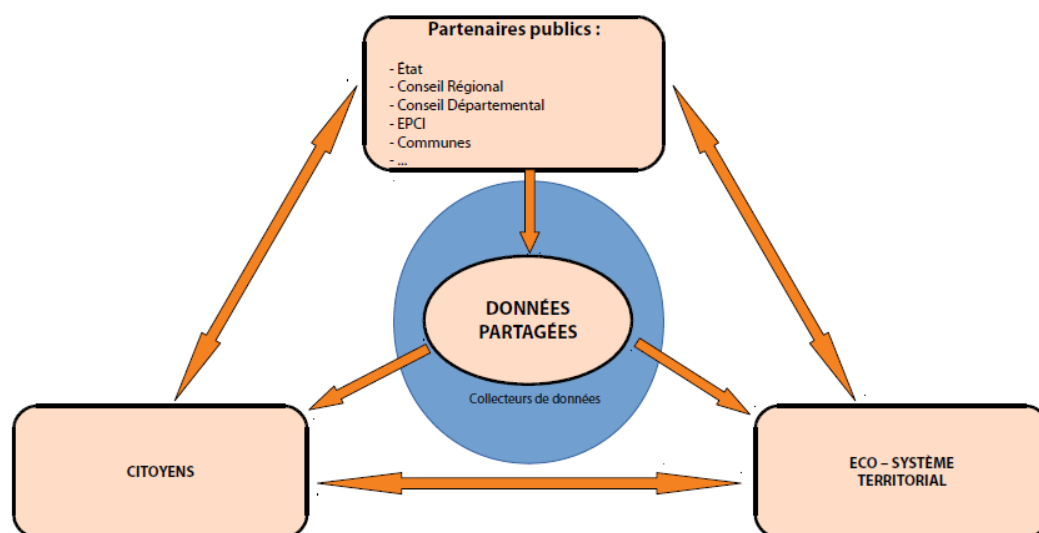
Le CESER insiste pour que les indicateurs d'évaluation permettent, en particulier, de mettre en relief en quoi les actions évaluées contribuent à la notion d'ancrage territorial.



## PRODUCTION DES DONNÉES/OPEN DATA

La Loi pour une République Numérique d'octobre 2016 oblige les collectivités de plus de 3 500 habitants et plus de 50 agents à partager les données publiques, en publiant en ligne, dans un standard ouvert, leurs principaux documents, leurs codes sources, ainsi que leurs bases de données et les données qui présentent un intérêt économique, social, sanitaire ou environnemental.

En matière touristique, le CESER rappelle la nécessité de mutualiser et de partager les données. Ainsi, après avoir souligné l'importance de l'évaluation dans la mise en œuvre de toute politique publique sur le territoire, le CESER insiste sur l'importance de la création d'un véritable OpenData en matière de données touristiques.



Source CESER