

# NOTRE TOURISME : VALORISER, VIVRE ET PRÉSERVER



**JUIN 2025**

**CESER**  
ÎLE DE LA RÉUNION

  
La  
Nouvelle  
Société  
Réunionnaise

**“ Une destination  
n’est jamais un lieu,  
mais une nouvelle façon  
de voir les choses. ”**

**Henry Miller**  
*Romancier*

# Notre raison d'être

"Organe de la démocratie représentative et pivot de la démocratie territoriale, le Conseil économique, social et environnemental régional (CESER) de La Réunion est une Assemblée consultative pour ouvrir la voie, éclairer la décision et participer à l'action publique régionale."



"Avec une culture du débat constructif, nous, membres du CESER, engagé(e)s et exerçant au quotidien des responsabilités associatives et socioprofessionnelles, mettons en commun et unissons nos connaissances de terrain, pour porter des analyses et des propositions au service de la décision publique régionale."

# Notre tourisme : valoriser, vivre et préserver

## Contribution adoptée à l'unanimité des membres présents ou représentés

ONT PRIS PART AU VOTE :

### Scrutin

M. Frédéric ARHAN- HOARAU

M. Jacky BALMINE

M. Yannick BEREZAIE

M. Eric BODO

M. Eric CHAVRIACOUTY

M. Janick CIDNEY

M. Joël DALLEAU

M. Alain DAMBREVILLE

Mme. Karine DEFROMONT

Mme. Sylviane DIJOUX

M. Gilberto DUFESTIN

M. Olivier FONTAINE

M. Haroun GANY

M. Renaud GILLARD

M. Fabrice HANNI

Mme Daniela HOARAU

M. Eric JEUFFRAULT

Mme. Sarah LAMBERT

M. Jean-Marie LE BOURVELLEC

Mme. Céline LUCILLY

Mme. Laurence MACE

M. Joseph MAGDELEINE

sur l'ensemble du projet présenté par **la présidente de la  
commission "Economie, emploi et innovation" du CESER, Mme  
Laurence MACE**



44  
votants



44

sont pour



00

sont contre



00

s'abstiennent

M. Didier MAZEAU

M. Harry-Claude MOREL

M. Jean-Michel MOUTAMA

Mme. Christine NICOL

M. Pierrick OLLIVIER

Mme. Ingrid OUSSOURD

Mme. Laurence PAYET

M. Dominique PETCHY

M. Jean-Marie POTIN

M. Emmanuel ROTHE

M. Daniel SAVIGNY

M. Patrick SERVEAUX

M. Willy SHOCK-TORAP

M. Joël SORRES

M. Saméry TECHER

M. Laurent TURPIN

M. Dominique VIENNE

M. Renaud VOKA

M. Jérôme VUILLEMIN

Mme. Nathalie WAN-HOO

Mme Nadia YAHIAOUI

M. Gérard ZITTE

L'ensemble du projet a été adopté au scrutin public lors de  
la séance plénière du CESER de La Réunion du

**Jeudi 19 Juin 2025**

# Préambule

Le Conseil régional joue un rôle central dans le développement et la structuration du **tourisme**, en particulier à La Réunion, où le tourisme est à la fois un moteur économique et un enjeu d'aménagement du territoire.

La loi portant sur la Nouvelle Organisation Territoriale de la République (NOTRe) du 7 août 2015 nomme le Conseil régional comme « responsable, sur son territoire, de la définition des orientations en matière de développement économique » et définit un **Schéma Régional de Développement Économique, d'Internationalisation et d'Innovation (SRDEII)**. Elle nomme également le Conseil régional comme pilote sur la stratégie touristique. Dans le cadre de son projet de mandature « Pour une Réunion dynamique » et la révision du SRDEII baptisé la « Nouvelle Économie » le 31 août 2022, la filière touristique a été identifiée comme filière prometteuse.

Par ailleurs, le Conseil régional avait élaboré le **Schéma Régional de Développement des Activités Touristiques (SRDATR)** qui constitue la feuille de route pour les années à venir et qui a été actualisé en 2018. Le CESER de La Réunion a réalisé un avis sur son actualisation.

En outre, la contribution du CESER Réunion intitulée « Le tourisme durable, levier d'une rente de qualité territoriale » de Novembre 2021 propose une vision stratégique pour faire du tourisme durable un pilier de développement économique, social et environnemental à La Réunion. Il met en avant des préconisations visant à structurer une offre touristique respectueuse des équilibres locaux tout en renforçant l'attractivité de l'île.

En prévision du prochain Comité Stratégique du Tourisme Outre-mer (CSTOM) qui se tiendra les 24 et juin 2025 à La Réunion, le CESER souhaite proposer une contribution pour éclairer la décision.

Afin de nourrir ses réflexions, la commission a pu s'appuyer sur plusieurs auditions :

Une première table ronde en présence d'organisations du secteur ainsi que de l'Université :

- **M. Pascal TURONNET**, Président de la branche hôtellerie de l'UMIH;
- **M. Guy BOUNEA**, Administrateur du Relai Gites de France à La Réunion ;
- **M. Philippe JEAN-PIERRE**, Professeur des universités et responsable du Master Ingénierie du Tourisme à l'IAE de La Réunion,

Une seconde table ronde plus focalisée sur le transport

- **M. Willy ETHEVE**, Directeur du Développement et Relations Clients à l'Aéroport de La Réunion Roland Garros ;
- **M. Henri DUPUIS**, Directeur des Stratégies Internationale et Commerciale au Grand Port Maritime de la Réunion ;
- **Mme Savitree ETWARYSING**, Doctorante en Tourisme.

Ainsi que d'autres contributions :

- Une audition de **Mme Nathalie HOAREAU**, Responsable Pôle Outre-Mer & AMI outre-mer du Plan Destination France Atout France ;
- Une audition de **Mme Agnès LAVAUD**, membre du CCEE, pour la présentation de leur rapport sur l'agro-tourisme
- Une contribution écrite de **M. Patrick LEBRETON**, Président du Comité réunionnais du tourisme (CRT)



# Éditorial du Président



## Réunion : bâtir un tourisme transformationnel, enraciné et coopératif

Il ne s'agit plus simplement de développer le tourisme. Il s'agit de **le transformer pour qu'il devienne une réponse territoriale durable, résiliente et équitable**, à la hauteur des défis écologiques, économiques et sociaux auxquels La Réunion et les Outre-mer font face.

À l'heure où le changement climatique, la vulnérabilité économique et les fractures sociales imposent des choix de fond, **le tourisme n'est pas un luxe**, mais un **levier de développement endogène**, de création de lien, de dignité retrouvée pour celles et ceux qui vivent, travaillent et accueillent dans nos territoires.

Le CESER de La Réunion porte ici une contribution stratégique, nourrie de ses précédents travaux – notamment la note de 2021 sur la « rente de qualité territoriale » – et structurée autour d'un cap :

- **Relocaliser la valeur ;**
- Réconcilier **hospitalité et durabilité ;**
- **Élever les compétences et les récits ;**
- **Construire un tourisme de coopération régionale**

Il ne suffit pas de suivre les tendances mondiales : **nos territoires ont la capacité d'ouvrir des voies nouvelles**. Celles d'un tourisme à visage humain, fondé sur l'expérience et non sur la consommation, sur le récit partagé plutôt que sur la prestation standardisée, sur la co-construction plutôt que sur la sous-traitance.

Cette contribution vise à faire entendre la voix de la société civile organisée dans la construction d'un tourisme de solutions, au service d'un développement réunionnais durable, juste et souverain.

Elle s'inscrit dans une volonté claire : **mettre les ressources réunionnaises – humaines, culturelles, naturelles – au cœur de la valeur créée.**

Il porte l'ambition de faire du CSTOM non pas un rendez-vous ponctuel, mais un **espace de convergence entre les visions publiques, les attentes citoyennes et les dynamiques entrepreneuriales.**

Construire un tourisme transformationnel, c'est aussi reconnaître que **le développement ne vaut que s'il est partagé.**

C'est tout le sens de la parole du CESER.



**Dominique VIENNE**

*Président du CESER  
de La Réunion*



# SOMMAIRE

<b>Introduction</b>	<b>8</b>
<b>I/ Consolider un tourisme de proximité solidaire et structurant</b>	<b>10</b>
A. Renforcer la résilience économique du secteur	10
B. Développer un modèle équitable et durable	12
<b>II/ Attirer davantage de touristes internationaux</b>	<b>14</b>
A. Soutenir une ambition en matière de coopération et de connectivité	14
<b>III/ Diversifier l'offre de loisirs</b>	<b>20</b>
A. Déployer un tourisme transformationnel	20
B. Créer les conditions idéales de montée en gamme	21
<b>IV/ Vers une gouvernance structurée du tourisme : articuler l'écrin et le panier</b>	<b>23</b>
<b>V/ De la vision à l'action : poursuite d'une trajectoire pour un tourisme réunionnais durable</b>	<b>26</b>
Liste des préconisations	28
Bibliographie	29
Acronymes et sigles	30
Annexe	31

# Introduction

Le tourisme mondial a connu une reprise remarquable en 2023, marquant une étape significative vers le retour aux niveaux d'avant la pandémie. Les arrivées de touristes internationaux étaient estimées à 1.3 milliard de visiteurs, atteignant 88 % des performances de 2019. Ces performances s'expliquent par les efforts menés sur la connectivité aérienne et la réouverture des destinations asiatiques suite à l'épidémie de COVID-19. Le tourisme compte ainsi pour 3% du PIB mondial<sup>2</sup>.

En Europe, le secteur touristique a également montré des signes de vigueur puisque la destination a atteint 94% des niveaux de 2019. L'Europe a pu compter sur la clientèle américaine mais surtout sur une forte demande régionale<sup>3</sup>. La France, en particulier, a consolidé sa position de première destination touristique mondiale, accueillant entre 95 et 100 millions de visiteurs internationaux en 2023, pour des recettes avoisinant 65 milliards d'euros soit une augmentation de 12 % par rapport à 2019<sup>4</sup>.

Cependant, cette croissance s'accompagne de défis majeurs. Le surtourisme, notamment dans des régions ultrapériphériques (RUP), suscite des préoccupations quant à la pression sur les ressources locales et l'environnement. En réponse, la France a adopté la loi n° 2024-1039 du 19 novembre 2024, visant à renforcer les outils de régulation des meublés de tourisme à l'échelle locale, permettant aux maires d'instaurer des quotas et de limiter le nombre de jours de location.

Face à ces enjeux, les ambitions du tourisme à l'échelle mondiale, européenne et française se tournent vers un modèle plus durable, équilibré et respectueux des territoires. Cela implique une diversification de l'offre, une meilleure régulation, et une valorisation des patrimoines locaux pour assurer une croissance harmonieuse et pérenne du secteur.

Dans un contexte mondial marqué par des crises successives (sanitaires, climatiques, géopolitiques ou économiques), le secteur touristique de La Réunion est confronté à des défis majeurs, mais aussi à de réelles opportunités de transformation.

Le CESER considère que le tourisme n'est pas un secteur à part, mais une clé d'entrée pour bâtir un modèle de développement plus équilibré, plus ancré et plus inclusif. Il s'agit ici de fonder une politique de tourisme transformationnel, enracinée dans les savoirs locaux, ouverte sur la coopération régionale et tournée vers l'avenir. Le CESER a ainsi souhaité se questionner sur :

***Comment architecturer nos ambitions communes pour répondre aux grands enjeux du tourisme réunionnais ?***

**Consolider un tourisme de proximité, solidaire et structurant (I)** apparaît d'abord comme une réponse concrète pour renforcer la cohésion sociale, soutenir l'économie locale et offrir aux Réunionnais un meilleur accès à leur propre territoire. Il s'agit de favoriser un tourisme de proximité, enraciné dans les réalités du territoire et créateur de valeur pour les habitants.

Dans le même temps, pour rester compétitive et visible sur la scène internationale, La Réunion doit affirmer son positionnement stratégique dans l'océan Indien en consolidant sa connectivité et en misant sur la coopération régionale. **Attirer davantage de touristes internationaux (II)**, notamment en quête d'authenticité et d'expériences différenciantes, nécessite une stratégie d'ouverture maîtrisée et ambitieuse.

<sup>2</sup> UNWTO, World Tourism Barometer, Janvier 2024

<sup>3</sup> UNWTO, World Tourism Barometer, Janvier 2024

<sup>4</sup> Atout France, Rapport d'activité 2023, 2024



# Introduction

Enfin, **la diversification de l'offre de loisirs (III)** est une condition essentielle pour renouveler l'attractivité de la destination. Le développement d'un tourisme transformationnel, couplé à une montée en gamme des infrastructures, des hébergements et des prestations, permet non seulement de répondre aux nouvelles attentes des voyageurs, mais aussi de renforcer l'image d'excellence de La Réunion.

**Le CESER a choisi d'intégrer ses préconisations sous 4 axes stratégiques :**

- **Coopérer**, une dynamique de coopération pour mettre en synergie les efforts de chacun ;
- **Responsabiliser**, la responsabilisation des acteurs grâce à des mécanismes de suivi et d'évaluation pertinents ;
- **Agir**, une dynamique d'actions en renforçant la capacité et le pouvoir d'agir de chacun ;
- **Élever les compétences**, une nécessité de développer les connaissances et favoriser l'élévation des compétences.



**Figure - Fleur des préconisations**

Source : Conception réalisation, CESER Réunion (2025)

# I/ Consolider un tourisme de proximité solidaire et structurant

La Réunion attire chaque année des visiteurs en quête de nature, d'authenticité et de dépaysement. Pourtant, comme de nombreuses destinations insulaires, La Réunion est particulièrement vulnérable aux chocs climatiques à l'image des importants dégâts laissés par le cyclone Garance en février 2025. Dans ce contexte, préserver la résilience du secteur touristique signifie renforcer sa capacité à résister, à s'adapter et à rebondir face aux crises.

## A. Renforcer la résilience économique du secteur

Un tourisme résilient est un tourisme bénéfique au territoire. Cela suppose de favoriser les modèles économiques dans lesquels les revenus générés par l'activité touristique profitent directement aux habitants.

### PRÉCONISATION N°1



#### Actualiser l'étude REELLE

**Indicateur d'impact :** Taux de relocalisation de la valeur ajoutée

L'étude REELLE (Ré-Enraciner l'Économie Locale) a conclu que la production locale de biens et de services permettait de satisfaire 80% de la demande à La Réunion. L'étude a également mis en exergue la nécessité relocaliser 10% des importations pour créer une valeur ajoutée de plus de 500 millions d'euros et plus de 7000 emplois.

**Temporalité :** Court terme

**Chef de file :** Conseil régional

**Contributeurs :** acteurs de l'écosystème

### RESPONSABILISER

Au-delà d'une actualisation de l'étude sur la relocalisation de la valeur ajoutée, il apparaît indispensable de disposer de données récentes, précises et territorialisées. Cette carence limite la capacité à identifier les secteurs à fort potentiel, ou encore évaluer l'impact des politiques publiques en matière de développement touristique.

## PRÉCONISATION N°2



## Renforcer l'Observatoire du tourisme pour améliorer la production et l'exploitation de données stratégiques (revenus des visiteurs, territoires couverts, saisonnalité, objet du séjour).

**Indicateur d'impact :** taux d'inclusion sociale des dispositifs touristiques

Les données disponibles sur le tourisme sont souvent incomplètes ou peu actualisées puisqu'elles sont collectées de manière parcellaire. Le déficit de données empêche aujourd'hui :

- de faire un état des lieux exhaustif de la situation
- d'élaborer des scénarios prospectifs solides pour orienter les investissements publics et privés ;
- de cibler les politiques de formation et d'emploi dans les métiers du tourisme ;
- d'adapter les infrastructures et services aux besoins réels des visiteurs et des habitants ;
- de mesurer l'efficacité des politiques publiques (retours sur investissement, impact social, environnemental, etc.).

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** Comité Réunionnais du Tourisme, INSEE et collectivités

**Contributeurs :** CRIES-R

RESPONSABILISER

La résilience du tourisme passe aussi par un **maillage solidaire de petites structures** (gîtes, restaurateurs, artisans, guides..).

Pour cela, il convient :

- de les fédérer entre elles, pour mutualiser ressources et ingénierie et ainsi gagner en visibilité ;
- d'accompagner ces acteurs à accéder aux aides à la mise aux normes, et notamment par le fonds territorial d'accessibilité qui permet aux établissements recevant du public (ERP) de bénéficier d'un financement de 50% des travaux et dépenses d'équipement à hauteur de 20 000 €. Le CESER rappelle sa préconisation, issue de la contribution « *Le tourisme durable : rente de qualité territoriale* » l'importance d'une gouvernance ultramarine, au moyen du Comité stratégique du Tourisme Outre-mer pour flécher les fonds existants et fournir le soutien en ingénierie financière ;
- d'inciter les agences de voyages locales, nationales et internationales à référencer ces petites structures dans leurs offres, en privilégiant l'authenticité et la proximité.



### FOCUS

« Le Comité stratégique du tourisme Outre-mer (CSTOM) doit devenir l'espace de convergence des stratégies ultramarines, pour garantir la mutualisation, le fléchage des fonds et la cohérence d'action sur nos territoires. »

## B. Développer un modèle équitable et durable

Pour réduire l'impact environnemental, le CESER invite à **promouvoir un tourisme de proximité** auprès des Réunionnais eux-mêmes, mais aussi des visiteurs de la zone océan Indien. Le développement **d'activités à faible empreinte carbone** (randonnées, circuits courts, écotourisme, visites de fermes, etc.) permet de renforcer le lien entre tourisme et préservation de l'environnement tout en créant de la valeur locale. D'autant plus que venir à La Réunion implique un bilan carbone important lié au transport aérien, il est essentiel de compenser cet impact par une offre touristique plus durable une fois sur place. En encourageant des pratiques respectueuses de l'environnement et ancrées dans les territoires, La Réunion peut ainsi affirmer un positionnement cohérent en matière de tourisme responsable, tout en stimulant l'économie locale.

Ces transformations nécessitent **d'accompagner les professionnels vers des pratiques plus durables** : labellisation des hébergements écoresponsables, meilleure gestion des déchets, économies de ressources énergétiques. Ces efforts renforcent l'attractivité de l'île auprès des visiteurs soucieux de leur impact, tout en anticipant les exigences futures du secteur touristique.

La Réunion est forte d'un patrimoine culturel immatériel unique. **Langues, musiques, danses, artisanat, cuisine, fêtes traditionnelles** sont autant de ressources à valoriser dans l'offre touristique. Cela renforce l'authenticité de l'expérience proposée aux visiteurs tout en **soutenant les porteurs de tradition** et en confortant la fierté locale.

Les initiatives de **tarifs différenciés** tendent aujourd'hui à se développer à l'échelle nationale. Des établissements emblématiques comme le **musée du Louvre** vont mettre en place une différenciation tarifaire entre visiteurs européens et extra-européens dès le 1er janvier 2026.

Cette réflexion est d'autant plus d'actualité qu'est constaté un désintérêt des réunionnais en matière de fréquentation touristique sur le territoire (-58 % des recettes touristiques entre 2023 et 2024). Cette situation est préoccupante pour l'avenir car c'est la consommation locale qui a toujours permis d'absorber les aléas subis par le secteur touristique de la crise requin au COVID 19.

### PRÉCONISATION N°3



#### S'adosser à la future carte « Pouvoir d'achat » pour proposer des tarifs préférentiels aux ménages les plus modestes

**Indicateur d'impact** : Chiffre d'affaires du tourisme

Le tourisme est une activité qui doit être légitimement accessible au plus grand nombre. Aussi, il est crucial d'inclure les ménages les moins aisés, en coordination avec les collectivités et notamment avec le Département qui entend proposer une carte monétique aux Réunionnais ayant un pouvoir d'achat plus fragile<sup>7</sup>.

Dans ce contexte, la mise en place d'un tarif préférentiel basé sur les conditions de ressources représente une solution concrète pour rendre le tourisme plus équitable et accessible à tous. Ce tarif pourrait être ouvert plus particulièrement sur les périodes d'occupation creuses des établissements touristiques.

**Temporalité** : Moyen terme

**Chef de file** : Conseil régional, Département, CCAS

**Contributeurs** : Établissements touristiques, CRT

COOPÉRER

<sup>7</sup> Département de La Réunion, Rendez-vous citoyen #40, Mars 2025

## PRÉCONISATION N°3 BIS



## Proposer un « Pass tourisme local » auprès des employeurs du territoire

**Indicateur d'impact :** Chiffre d'affaires du tourisme

Le dispositif de chèque tourisme « Mon ile 974 », mis en place par la Région Réunion pour encourager la reprise du tourisme suite à l'épidémie de COVID-19 en en 2020, avait permis de générer de nombreuses réservations dans les établissements touristiques.

Le « pass tourisme local » serait une carte ou un chèque numérique délivré par l'employeur. Ce dispositif, défiscalisable à l'image des chèques-vacances ANCV, donnerait accès à un crédit de consommation dans les établissements touristiques partenaires du territoire.

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** Conseil régional, CRT

**Contributeurs :** Établissements touristiques, entreprises

**COOPÉRER**

Le tourisme réunionnais, pour être résilient, ne doit pas s'appuyer que sur une logique purement quantitative ou centrée sur la seule fréquentation extérieure. Il s'inscrit dans la nécessité de se réinventer à travers une démarche intégrée, respectueuse de l'environnement, socialement inclusive et économiquement bénéfique pour son territoire.



## II/ Attirer davantage de touristes internationaux

### A. Soutenir une ambition en matière de coopération et de connectivité

La Réunion, territoire européen, occupe une position géographique stratégique à l'intersection de l'Afrique, de l'Asie et de l'Europe. Pourtant, son accessibilité constitue encore un frein au développement de son potentiel touristique. Dans un contexte mondial où les échanges régionaux prennent une place croissante, **lier le développement touristique à une ouverture maîtrisée sur la zone Océan Indien et au-delà** devient une priorité. Cela implique de renforcer la connectivité aérienne et maritime, d'intensifier la coopération régionale, et de rendre la destination plus visible, cohérente et attractive à l'échelle internationale.

L'accessibilité d'une destination constitue l'une des premières conditions d'un tourisme dynamique. La Réunion doit s'intégrer davantage dans les flux régionaux, en développant des liaisons plus fluides et fréquentes :

- Négocier des accords entre compagnies afin d'améliorer les correspondances, réduire les temps de transit, et mutualiser certains moyens. La création d'un GIE (Groupement d'Intérêt Économique) pour les compagnies régionales pourrait offrir un cadre opérationnel à ces partenariats.
- S'appuyer sur les hubs existants comme Bangkok, Johannesburg ou Paris Charles De Gaulle pour mieux connecter La Réunion aux clientèles asiatiques, africaines et internationales et envisager la connexion avec d'autres hubs comme le Kenya et l'Éthiopie.



Source : CESER Réunion, *La Réunion dans un monde en mutation : enjeu de souveraineté de nos connectivités*, Décembre 2021

## PRÉCONISATION N°4



## Construire une stratégie régionale des connectivités touristiques

**Indicateur d'impact :** Nombre de liaisons desservies

La Réunion reste encore trop dépendante de l'axe Paris – Saint-Denis et insuffisamment connectée à son environnement géographique régional (Océan Indien, Afrique, Asie). Une amélioration de la connectivité aérienne est nécessaire pour :

- Diversifier les marchés touristiques et économiques,
- Réduire les temps de parcours et les coûts pour les voyageurs,
- Créer de nouvelles opportunités de coopération régionale,
- Désenclaver l'île en renforçant son positionnement stratégique dans l'océan Indien.

**Temporalité :** Long terme

**Chef de file :** Conseil régional

**Contributeurs :** Aéroport Réunion Roland Garros

**Actions :**

- **Développer les liaisons aériennes** en ouvrant ou réactivant des vols directs avec des destinations proches : Afrique du Sud, Inde, Seychelles... tout en gardant à l'esprit la problématique de droits de trafic;
- **Réactiver certaines lignes** vers des villes de province en France, pour désengorger les flux concentrés sur Paris et diversifier les points d'entrée

**AGIR**

Une destination connectée doit aussi proposer des **infrastructures d'accueil modernes et bien articulées** :

- Développer des pôles d'accueil multimodaux intégrant ports, aéroports, loueurs et réseaux de bus interurbains, reliés efficacement aux sites touristiques majeurs;
- Encourager la croisière durable, en organisant des escales autour d'expériences culturelles, patrimoniales et locales, pour valoriser les territoires traversés sans les saturer;
- Développer le tourisme d'affaires, en s'appuyant sur l'attractivité de La Réunion pour les rencontres internationales, séminaires, conférences et partenariats économiques dans la zone océan Indien.

Le tourisme peut devenir un **vecteur de diplomatie et de coopération régionale**, favorisant les liens humains, économiques et culturels :

- Concevoir et promouvoir des circuits inter-îles avec des offres intégrées, des liaisons coordonnées, et une mise en valeur de la diversité des patrimoines;
- Intégrer les clientèles de la communauté réunionnaise installée à l'étranger comme relais de prescription et acteurs de co-tourisme (hébergement familial, circuits hors marché);
- Mener des campagnes ciblées vers des clientèles émergentes.



### Tourisme et diplomatie territoriale

La Réunion peut devenir la porte d'entrée d'une Europe du sud, en connectant ses offres touristiques à la zone ACP (Pays d'Afrique, Caraïbes et Pacifique) et en valorisant les accords INTERREG.

## PRÉCONISATION N°5



## Créer un cluster régional du tourisme durable à l'échelle de l'Océan Indien

**Indicateur d'impact :** Attractivité de la zone

Afin de renforcer la coopération régionale, d'accroître l'attractivité des destinations de l'Océan Indien et de favoriser un développement touristique respectueux des équilibres environnementaux, sociaux et économiques, il est recommandé de créer **un cluster régional du tourisme durable** dans le but :

- **Structurer une filière touristique durable** commune en partageant les bonnes pratiques, innovant et référentiels de qualité entre les territoires ;
- Favoriser **l'émergence de projets collaboratifs** (écotourisme, mobilité douce, formation, certifications environnementales, marketing commun) ;
- Positionner l'Océan Indien comme **une destination exemplaire en matière de tourisme durable** sur la scène internationale.

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** Comité Réunionnais du Tourisme (CRT)

**Contributeurs :** Conseil régional, Commission de l'Océan Indien (COI)

**AGIR**

Soutenir l'ambition de connectivité et de coopération régionale de La Réunion, c'est bâtir un tourisme plus ouvert, plus ancré dans sa zone. Cela suppose une stratégie combinant accessibilité renforcée, offres partagées, et visibilité accrue, tout en respectant les principes de durabilité et d'ancrage local.

### B. Professionnalisation et innovation territoriale

**La Réunion** doit relever un double défi : adapter son modèle touristique aux attentes contemporaines (authenticité, durabilité, expériences locales) tout en renforçant les capacités de ses professionnels, souvent peu outillés. Pour répondre à cet enjeu, le CESER préconise d'investir sur **la montée en compétences, la structuration des acteurs locaux, et la valorisation du patrimoine** comme levier d'innovation territoriale.

Le socle de toute transformation durable passe par la **formation continue** des acteurs du tourisme, en particulier des **petites structures, des indépendants et des professionnels non classés**, qui représentent une grande partie du tissu local.

- Déployer des actions de mise à niveau dans les domaines clés : accueil client, langues, numérique, qualité de service, gestion administrative, développement durable.
- Proposer des modules de formation courts, pratiques et territorialisés, en partenariat avec les organismes de formation, les offices de tourisme, les chambres consulaires, les communes et les intercommunalités.
- Encourager la transmission de savoir-faire entre professionnels expérimentés et jeunes entrants via du mentorat ou du tutorat, notamment dans les métiers liés à l'hôtellerie, à la restauration, à la médiation culturelle et à l'écotourisme.

En outre, le secteur du tourisme est confronté à une **pénurie persistante de main-d'œuvre** pouvant freiner son développement. C'est pourquoi encourager les dispositifs de formation est un pré-requis pour assurer la pérennité de la filière.

## PRÉCONISATION N°6



## Encourager « l'Erasmus de l'apprentissage » pour favoriser la maîtrise des langues et l'interculturalité dans le service

**Indicateur d'impact :** Qualité de service produit

L'accueil et le sens du service sont des marqueurs essentiels d'un tourisme qualitatif. La loi du 27 décembre 2023, destinée à favoriser la mobilité internationale des alternants, introduit des évolutions majeures dans les règles encadrant leur statut lors de séjours à l'étranger. Elle prévoit également des ajustements concernant le financement de cette mobilité par les opérateurs de compétences, ainsi que le statut des alternants étrangers accueillis en France dans le cadre d'une mobilité<sup>8</sup>.

Par ailleurs, l'ordonnance du 22 décembre 2022 posait déjà les bases d'un cadre adapté à la mise en œuvre de l'apprentissage transfrontalier dans les Outre-mer. Pour La Réunion et Mayotte, cette disposition ouvre des perspectives de coopération avec d'autres territoires de l'océan Indien, tels que l'île Maurice, les Seychelles ou l'Afrique du Sud<sup>9</sup>.

**Temporalité :** Court terme

**Chef de file :** Conseil régional, État

**Contributeurs :** Établissements touristiques, alternants

**ÉLEVER LES  
COMPÉTENCES**

## PRÉCONISATION N°7



## Lancer une Académie du Tourisme Réunionnais

**Indicateur d'impact :** Part des professionnels formés au moins une fois tous les 2 ans

La création de l'Académie du Tourisme Réunionnais vise à offrir des modules de formation initiale et continue pour permettre une montée en puissance sur les compétences clés du secteur tels que le service, la digitalisation, la durabilité, la médiation culturelle. Elle s'intéresserait également aux métiers de l'encadrement et de l'ingénierie touristiques, pour lesquels l'offre de formation est aujourd'hui insuffisante. Elle s'adresserait aussi bien aux nouveaux entrants dans la profession qu'aux acteurs en activité, avec des formats adaptés.

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** Conseil régional, rectorat, Université de La Réunion

**Contributeurs :** Chambres consulaires

**ÉLEVER LES  
COMPÉTENCES**

<sup>8</sup> LOI n° 2023-1267 du 27 décembre 2023 visant à faciliter la mobilité internationale des alternants pour un « Erasmus de l'apprentissage »

<sup>9</sup> Ordonnance n° 2022-1607 du 22 décembre 2022 relative à l'apprentissage transfrontalier

## PRÉCONISATION N°8



## Valoriser les métiers du tourisme

**Indicateur d'impact :** Attractivité de la filière touristique

Dans son avis sur les orientations budgétaires 2025, le CESER préconisait de développer l'attractivité des métiers du tourisme. En effet, d'après une étude menée par Alliance France Tourisme en 2023, les jeunes Français perçoivent ces métiers comme peu attractifs, les jugeant mal rémunérés, éprouvants et trop exigeants sur le plan personnel. Pourtant, la formation dans cette filière conserve une image positive, puisque près de 50 % des 18-35 ans la considèrent intéressante et porteuse de sens.

L'objectif est double : réconcilier attractivité et conditions de travail, tout en dotant le secteur des ressources humaines qualifiées dont il a besoin pour se développer de manière durable et inclusive.

**Temporalité :** Court terme

**Chef de file :** Conseil régional

**Contributeurs :** Comité Réunionnais du Tourisme (CRT), France Travail, établissements touristiques

## ÉLEVER LES COMPÉTENCES

Ainsi, le CESER recommande d'élaborer une stratégie prospective pour anticiper les évolutions du secteur touristique et de mieux répondre aux nouveaux besoins en compétences. Cette stratégie permettra à la fois de renforcer l'attractivité des métiers existants et de favoriser l'émergence de nouveaux profils.



### Prospective des métiers du tourisme

- **Designer d'expérience touristique**
- **Écoguide et guide de résilience**
- **Médiateur culturel digital**
- **Chargé de tourisme social et solidaire**

En outre, La Réunion dispose d'un **patrimoine naturel, culturel et immatériel** exceptionnel. Le valoriser permettrait non seulement de renforcer l'attractivité touristique de l'île, mais aussi de créer des offres différenciées, ancrées et porteuses de sens.

- Développer des produits touristiques autour des savoir-faire réunionnais : cuisine traditionnelle, artisanat, musique, danse, contes créoles etc.
- Intégrer les habitants à la conception des expériences touristiques, pour faire du patrimoine un outil de médiation vivante et participative.
- Utiliser le numérique comme levier d'innovation culturelle



## PRÉCONISATION N°9



## Renforcer la création de contenu autour des patrimoines immatériels et des initiatives locales via des outils de médiation innovants

**Indicateur d'impact :** Nombre de parcours co-construits, nombre de professionnels formés à la médiation numérique

Le CESER recommande de soutenir, dans chaque bassin de vie touristique, des projets visant à :

- Recenser et faire connaître les initiatives de tourisme solidaire, culturel et patrimonial,
- Associer les habitants à la narration de leur territoire,
- Utiliser des outils numériques accessibles (plateformes, cartographies interactives),
- Veiller à l'inclusivité des contenus (langues, formats, publics).

À ce titre, des applications locales comme LEON peuvent jouer un rôle d'interface territoriale, sans constituer une solution exclusive, mais comme levier d'innovation au service d'une stratégie d'ancrage.

**Temporalité :** Court à Moyen terme

**Chef de file :** Conseil régional, CRT, DRAC

**Contributeurs :** Collectivités, associations culturelles, OPCO, structures numériques

**ÉLEVER LES  
COMPÉTENCES**

Réussir la transformation du tourisme réunionnais implique d'aller au-delà de l'attractivité naturelle de l'île. Cela suppose d'investir dans les femmes et les hommes qui font vivre le territoire, de structurer les initiatives locales et de miser sur un modèle d'innovation enraciné dans l'histoire, la culture et les savoir-faire de La Réunion. Former, fédérer, valoriser : trois axes pour bâtir un tourisme plus inclusif, plus créatif, et véritablement réunionnais.

# III/ Diversifier l'offre de loisirs

## A. Déployer un tourisme transformationnel

À l'heure où les visiteurs cherchent moins à consommer une destination qu'à la **vivre intensément**, le **tourisme transformationnel** apparaît comme une stratégie d'avenir pour La Réunion. Il s'agit de passer d'une logique de prestation à une **logique d'expérience vécue**, où l'humain, l'émotion, l'authenticité et la rencontre sont au cœur du parcours touristique. En misant sur les richesses culturelles, naturelles, artisanales et humaines du territoire, La Réunion peut se positionner comme une destination de référence en matière de tourisme immersif.

Le **tourisme transformationnel** se distingue des formes classiques de tourisme par son approche sensible et participative. Il vise à **impliquer activement le visiteur** dans des expériences authentiques, éducatives ou émotionnelles.

C'est **un tourisme qui transforme**, qui laisse une trace, un souvenir vécu, et qui crée du lien entre visiteurs et habitants.

### PRÉCONISATION N°10



#### Répertorier les territoires à fort potentiel d'immersion

**Indicateur d'impact :** Recettes touristiques

Pour structurer cette offre à La Réunion, il faut identifier où et avec qui ces expériences peuvent se construire. Cela nécessite un travail de terrain, d'écoute, et de cartographie sociale et culturelle auprès des artisans, artistes et professionnels.

Ce travail de cartographie pourra s'appuyer sur plusieurs critères :

- La richesse patrimoniale et culturelle (traditions, musique, artisanat, histoire locale)
- La diversité des paysages et de la biodiversité
- La présence d'acteurs locaux engagés (agriculteurs, artistes, associations, guides)
- L'accessibilité et la capacité d'accueil touristique durable
- Le souhait des habitants de participer à des projets touristiques intégrés

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** Comité Réunionnais du Tourisme (CRT)

**Contributeurs :** Conseil régional

**AGIR**

## PRÉCONISATION N°10



### Créer un label *"Territoire immersif de La Réunion"*

**Indicateur d'impact :** taux de visiteurs ayant participé à une expérience immersive.

Le CESER préconise de définir une charte qualité autour de l'accueil, de l'authenticité, de l'impact local et de la transmission. La création d'un **label "Territoire immersif de La Réunion"** vise à valoriser et structurer une offre touristique ancrée dans les spécificités locales, en mettant en avant les territoires qui proposent des expériences authentiques, participatives et respectueuses des dynamiques sociales, culturelles et environnementales de l'île.

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** CRT et Conseil régional

**Contributeurs :** Établissements touristiques, chambres consulaires

**AGIR**

Déployer un tourisme transformationnel à La Réunion, c'est investir dans l'humain et la transmission. C'est inventer un modèle touristique qui respecte le territoire, qui inspire les visiteurs, et qui fait vivre ses habitants.

## B. Créer les conditions idéales de montée en gamme

La Réunion ambitionne de devenir une destination touristique d'excellence dans l'océan Indien, capable d'attirer une clientèle internationale, exigeante et sensible à la qualité de service comme à l'authenticité de l'expérience. Pour cela, il est nécessaire d'engager une véritable **montée en gamme** du secteur touristique, à la fois en matière d'infrastructures, d'hébergements et de prestations. Cela passe par une action coordonnée sur plusieurs leviers : **amélioration du cadre d'accueil, soutien à l'investissement et visibilité sur les marchés spécialisés.**

La montée en gamme du tourisme à La Réunion n'est pas un luxe, mais un levier stratégique pour renforcer **l'attractivité, la compétitivité et la durabilité du secteur.** Une expérience touristique se dessine dans l'environnement, les infrastructures, la propreté et la sécurité. Cela se décline opérationnellement par :

- La rénovation et l'accessibilité des sites touristiques ;
- La labellisation des établissements (Clé Verte, Qualité Tourisme, etc.) ;
- Le développement d'équipements d'accueil différenciants.

## PRÉCONISATION N°11



## Développer une stratégie commerciale de la destination « Réunion » soutenue par des canaux prescripteurs

**Indicateur d'impact :** Taux de prescripteurs de la destination

Le CESER estime qu'il est important de miser sur la créolité et l'identité réunionnaise comme différenciateur : histoire, architecture, langue, traditions, gastronomie. Il s'agit de mettre en tourisme l'histoire de La Réunion : storytelling, image de marque, ambassadeurs.

De même, capitaliser sur les grands événements réunionnais tels que le Grand Raid ou encore le Sakifo permet la construction d'une image de destination unique et dynamique.

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** Comité réunionnais du tourisme (CRT)

**Contributeurs :** Conseil régional

**Action :**

- S'assurer que les établissements touristiques soient intégrés à la marque régionale La Réunion
- Positionner l'île sur les guides de références tels que le Guide Michelin ou le Gault & Millau
- Développer un récit touristique unifié autour de la créolité, en s'appuyant sur un storytelling visuel, sonore et narratif (vidéos, podcasts, récits d'habitants)

**AGIR**

## VI/ Vers une gouvernance structurée du tourisme : articuler l'écrin et le panier

Le 28 mars 2024, La Région a délibéré sur la création d'un Établissement Public d'Intérêt Public (EPIC). La première étape de ce projet était la fusion entre l'Île de La Réunion Tourisme (IRT) et la Fédération Réunionnaise du Tourisme (FRT) pour mutualiser les efforts et permettre une **gouvernance unifiée** et plus efficace. Cette fusion s'est opérée en mars 2025.

Cet EPIC nommé **Comité Réunionnais du Tourisme (CRT)**, garantissant une structure unique, interlocuteur des acteurs institutionnels et privés.

A cet effet, le CESER a auditionné M. Patrick LEBRETON, Président du CRT sur cinq principaux points<sup>10</sup> :

- Le modèle de gouvernance ;
- L'articulation avec le SDATR ;
- La vision prospective de la filière ;
- La stratégie de cibles et marchés ;
- La coopération régionale.



### M. Patrick LEBRETON, Président du Comité Réunionnais du Tourisme

#### 1. Une gouvernance ouverte et partagée

L'ambition du CRT repose sur une conviction forte : aucune politique touristique ne peut réussir sans une gouvernance partagée. Pour dépasser une logique strictement institutionnelle, le comité inclut des acteurs socio-professionnels, des EPCI, des Offices de tourisme intercommunaux (OTI), des communes classées et des chambres consulaires via des commissions thématiques, un fonctionnement en mode projet et par une concertation régulière sur les axes stratégiques. Le CRT se veut ainsi une maison commune du tourisme réunionnais, connectée aux réalités du terrain.

#### 2. Une relance du SDATR portée collectivement

Le Schéma de développement et d'aménagement touristique de La Réunion (SDATR), adopté en 2018, définit une feuille de route stratégique pour l'ensemble des acteurs du secteur. Si sa dynamique a faibli ces dernières années, le CRT doit activement participer à son animation et sa mise en œuvre, en ayant une vision intégrée de la destination, qu'il s'agisse du tourisme extérieur ou résidentiel.

#### 3. Une ambition 2040 : positionner La Réunion comme une destination exemplaire

Pour y parvenir, plusieurs leviers sont activés :

- Une offre ancrée dans les patrimoines naturels et culturels ;
- Un développement équilibré du territoire ;
- Un tourisme à forte valeur ajoutée ;
- Une exemplarité environnementale ;
- Une appropriation par les Réunionnais.

<sup>10</sup> Annexe : contribution complète de M. Patrick LEBRETON



#### 4. Une stratégie ciblée pour des clientèles à haute valeur ajoutée

La stratégie du CRT s'appuie sur une recherche de rentabilité touristique, plus que sur une augmentation continue des flux. Les clientèles ciblées sont les couples actifs, familles, randonneurs, plongeurs ou digital nomads, sensibles à l'authenticité et au patrimoine naturel. Les Réunionnais de la diaspora représentent également une cible de choix, à travers des offres de retour au pays à fort potentiel émotionnel et économique. Enfin, le marché local, qui génère près de 50 % des recettes touristiques, est un pilier de cette stratégie.

#### 5. Une coopération régionale à construire dans l'océan Indien

Inspiré par les exemples des Caraïbes ou des Baléares, le CRT souhaite contribuer à la création d'une marque "Îles de l'océan Indien", valorisant la diversité et la complémentarité des territoires insulaires. Cette stratégie collective permettrait d'attirer des visiteurs sur des circuits combinés, plus longs et moins carbonés.

Le défi est de taille : améliorer la connectivité, garantir une qualité homogène



Ainsi, le développement touristique ne se pense plus comme une simple addition d'initiatives locales ou sectorielles, il repose sur une **rente de qualité territoriale**, où l'**écrin**, c'est-à-dire l'environnement physique, culturel, paysager et social – devient un levier central de différenciation et d'attractivité. Cet écrin, à l'échelle régionale ou intercommunale, doit être valorisé et protégé comme un **bien commun stratégique**, indissociable de l'offre touristique.

Le panier, quant à lui, regroupe l'ensemble des services, infrastructures, expériences, outils numériques, dispositifs de médiation ou d'accompagnement, qui viennent enrichir et activer la valeur de l'écrin.

Face à cet enjeu, il est crucial de **structurer l'articulation entre l'écrin et le panier**.

## PRÉCONISATION N°12



## Réconcilier l'écrin et le panier par une gouvernance partagée

**Indicateur d'impact :** Poids du tourisme dans le PIB régional

Pour rendre cette articulation fonctionnelle et évolutive, il est proposé de mettre en place une **gouvernance à deux entrées**, appuyée par **deux comités de pilotage (COPIL)** :

- **Un COPIL "panier de services"**, coordonné avec le CRT, chargé de structurer l'offre, les outils, les services d'information et d'accompagnement ;
- **Un COPIL "écrin territorial"**, réunissant les EPCI, les gestionnaires d'espaces naturels, les acteurs de l'urbanisme et du cadre de vie, pour assurer la cohérence entre développement touristique et préservation des ressources.

Ces deux COPIL seraient reliés par **un Conseil d'orientation stratégique (COS)**, garant de la convergence entre ces deux dimensions. Ce COS aurait également pour mission d'éclairer les arbitrages stratégiques et d'alimenter la planification régionale.

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** Comité réunionnais du tourisme (CRT), Conseil régional, EPCI

COOPÉRER

## PRÉCONISATION N°13



## S'assurer de la prise en compte du tourisme dans les projets de territoire et les schémas programmatiques

**Indicateur d'impact :** Nombre de schémas programmatiques comportant un diagnostic touristique territorial

Les **projets de territoire portés par les EPCI** doivent intégrer une **dimension touristique cohérente**, en coordination avec les objectifs régionaux et les réalités locales. Cela suppose une **meilleure adéquation entre le projet touristique** formulé à l'échelle intercommunale et **sa déclinaison opérationnelle** : mobilités douces, signalétique, accueil, développement des hébergements et animations locales.

Dans cette logique, le **futur Schéma d'aménagement régional (SAR)** doit impérativement intégrer une **dimension stratégique forte sur le tourisme**, en tant que filière transversale et vectrice d'aménagement du territoire. En intégrant les logiques d'écrin et de panier, le SAR pourra générer un **effet de levier maximal**, en alignant les politiques publiques d'urbanisme, de mobilité, d'environnement et de développement économique avec les ambitions touristiques.

**Temporalité :** Moyen terme

**Chef de file :** Conseil régional

**Contributeurs :** Comité réunionnais du tourisme (CRT), Conseil régional, EPCI

COOPÉRER

# V/ De la vision à l'action : poursuite d'une trajectoire pour un tourisme réunionnais durable

En 2021, le CESER de La Réunion publiait une contribution intitulée « *Le tourisme durable, levier d'une rente de qualité territoriale* », affirmant que le développement touristique ne pouvait se limiter à la croissance des flux, mais devait s'ancrer dans une ambition de relocalisation des bénéfices, de respect des équilibres, et de valorisation des singularités créoles. La contribution 2025 vient prolonger et renforcer cette trajectoire, en l'articulant à quatre nécessités: **la cohésion sociale, la coopération régionale, la diversification des modèles et la montée en compétences.**

## Correspondance entre la vision du CESER en 2021 et les propositions de 2025

« Le tourisme durable, levier d'une rente de qualité territoriale » (2021)	« Tourisme : vivre, ressentir, transmettre » (2025)
Ré-enraciner la valeur ajoutée touristique dans les territoires	Actualisation de l'étude REELLE et construction d'indicateurs de relocalisation de la valeur touristique au sein de l'économie insulaire
Réconcilier attractivité touristique et exigence de durabilité	Instauration d'un tarif résident, développement du tourisme de proximité, promotion des activités à faible empreinte carbone
Faire émerger une gouvernance ultramarine du tourisme	Appui au renforcement du CSTOM comme outil de convergence stratégique, implication accrue des intercommunalités, meilleure articulation avec les schémas régionaux
Valoriser les récits, les patrimoines vivants et l'ancrage culturel	Déploiement d'un tourisme transformationnel et immersif, structuration de parcours d'expérience, mise en récit de l'histoire locale
Outiller les transitions touristiques et diffuser les compétences	Généralisation de la formation continue, développement d'une formation initiale adaptée, valorisation des savoir-faire endogènes, usage raisonné du numérique pour documenter, rendre visible et structurer l'offre locale

À l'occasion du Comité Stratégique du Tourisme Outre-mer (CSTOM) 2025, cette contribution entend rappeler que La Réunion ne peut se limiter à être une destination. Elle doit devenir un territoire d'innovation touristique, ancré dans ses récits, solidaire dans ses pratiques, exemplaire dans ses transitions.

En assurant la continuité de sa vision de 2021, et en la traduisant aujourd'hui dans des actions concrètes, le CESER réaffirme sa volonté de contribuer activement à un modèle touristique plus équitable, coopératif et durable, au service des Réunionnais comme des visiteurs.

# Liste des préconisations

**Préconisation 1 :** Actualiser l'étude REELLE

**Préconisation 2 :** Renforcer l'Observatoire du tourisme, avec indicateurs sociaux

**Préconisation 3 :** S'adosser à la future carte « *Pouvoir d'achat* » pour proposer des tarifs préférentiels aux ménages les plus modestes

**Préconisation 3 bis :** Proposer un « *Pass tourisme local* » auprès des employeurs du territoire

**Préconisation 4 :** Construire une stratégie régionale des connectivités touristiques

**Préconisation 5 :** Créer un cluster régional du tourisme durable à l'échelle de l'Océan Indien

**Préconisation 6 :** Encourager « *l'Erasmus de l'apprentissage* » pour favoriser la maîtrise des langues et l'interculturalité dans le service

**Préconisation 7 :** Lancer une Académie du Tourisme Réunionnais

**Préconisation 8 :** Valoriser les métiers du tourisme

**Préconisation 9 :** Renforcer la valorisation des patrimoines immatériels et des initiatives locales via des outils de médiation innovants

**Préconisation 10 :** Répertorier les territoires à fort potentiel d'immersion

**Préconisation 10 bis :** Créer un label "*Territoire immersif de La Réunion*"

**Préconisation 12 :** Développer une stratégie commerciale de la destination « Réunion » soutenue par des canaux prescripteurs

**Préconisation 12:** Réconcilier l'écrin et le panier par une gouvernance partagée

**Préconisation 13 :** S'assurer de la prise en compte du tourisme dans les projets de territoire et les schémas programmatiques

# Bibliographie

## Avis et rapports du CESER :

- CESER, Avis sur le rapport d'actualisation du SDATR, 2018
- CESER, Le tourisme durable, levier d'une rente de qualité territoriale, 2021

## Avis des autres CESER :

- CESER Nouvelle Aquitaine, Avis sur le programme d'animation des filières touristiques de Nouvelle Aquitaine vers un tourisme éco-responsable, 2019
- CESER Pays de la Loire, Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) 2011-2028, 2022
- CESER Centre Val de Loire, Adoption de la stratégie de développement touristique régionale : Ambitions Tourisme 2030, 2023
- CESER Bretagne, Le tourisme d'affaires en Bretagne : destination territoire durable, 2023

## Avis du CESE :

- CESE, Promouvoir le tourisme durable dans les Outre-mer, 2018

## Bases légales :

Code du tourisme

## Rapports, études :

- CEROM, Le tourisme à La Réunion : un secteur mature porté par la clientèle locale, 2022
- INSEE, L'essentiel sur le tourisme, 2024
- OCDE, Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE, 2024
- Outremers360, Tourisme durable : Les Outre-mer parmi les premiers acteurs de l'écotourisme en France, 2024
- IRT, Etude du suivi de la demande touristique locale à La Réunion, 2025
- Etudes INTERREG sur la coopération régionale touristiques

## Presses et sites internet :

Atout France

INSEE Tourisme

Ministère du Tourisme

ONU Tourisme



## Acronymes et sigles

**CCAS** : Centre communal d'Action Sociale

**COI** : Commission de l'Océan Indien

**COFIL** : Comités de Pilotage

**COS** : Conseil d'orientation stratégique

**CRIES-R** : Comité Régional pour l'Information Économique et Sociale Réunion

**CRT** : Comité Régional du tourisme

**CSTOM** : Comité Stratégique du Tourisme Outre-mer

**DRAC** : Direction régionale des Affaires culturelles

**EPIC** : Établissement Public d'Intérêt Public

**EPCI** : Établissement Public de Coopération Intercommunale

**ERP** : Établissement Recevant du Public

**FRT** : Fédération Réunionnaise du Tourisme

**GIE** : Groupement d'Intérêt Économique

**INSEE** : Institut national de la statistique et des études économiques

**IRT** : Ile de La Réunion Tourisme

**Loi NOTRe** : Nouvelle Organisation Territoriale de la République

**OPCO** : Opérateur de compétences

**RUP** : région ultrapériphérique

**SAR** : Schéma d'Aménagement Régional

**SRDEII** : Schéma Régional de Développement Économique, d'Innovation et d'Internationalisation des Entreprises

**SRDATR** : Schéma Régional de Développement des Activités Touristiques

**Zone ACP** : Pays d'Afrique, Caraïbes et Pacifique

# Annexes

## **M. Patrick LEBRETON,**

### *Président du Comité Réunionnais du Tourisme*

**Pour compléter son analyse, le CESER a souhaité recueillir le témoignage de Monsieur Patrick LEBRETON, en sa qualité de Président du Comité Réunionnais du Tourisme.**

#### **1. Comment pensez-vous intégrer les acteurs du tourisme dans la gouvernance ?**

*L'ambition qui a présidé à la création du CRT repose sur une conviction forte : aucune politique touristique ne peut réussir sans une gouvernance partagée.*

*C'est pourquoi nous avons souhaité dépasser une logique purement institutionnelle, en intégrant dans notre dispositif des représentants des socio-professionnels, des EPCI et de leurs OTI, des communes classées "stations de tourisme" et des chambres consulaires.*

*Concrètement, cette intégration prendra plusieurs formes :*

- La création de commissions thématiques ouvertes aux partenaires publics et privés, qui permettront d'éclairer les choix stratégiques du CA et de fluidifier la communication qu'elle soit ascendante ou descendante ;*
- Le fonctionnement en mode projet du CRT, qui favorisera la co-construction d'actions avec les filières et territoires ;*
- Une place active proposée aux socio-professionnels, notamment à travers des groupes de travail et des concertations régulières sur les axes de promotion, de structuration et de formation.*

*Cette méthode vise à faire du CRT un véritable espace d'échange d'informations et de débats, une maison commune du tourisme réunionnais, pleinement connectée aux réalités du terrain.*

#### **2. Comment l'EPIC mettra-t-il en œuvre les recommandations du SDATR ?**

*Le SDATR fixe la stratégie globale de développement et d'aménagement touristique de La Réunion. Construit en collaboration avec les acteurs institutionnels et privés, ce document constitue la feuille de route pour l'ensemble des parties prenantes du tourisme.*

*18 actions avaient été identifiées dans le schéma adopté en 2018. L'animation de ce schéma afin de maintenir une dynamique collective ne s'est pas faite.*

*L'audit que j'ai lancé en arrivant à la Région avait pour but de révéler le millefeuille administratif constitué par de nombreux acteurs dont les rôles n'étaient plus évidents. Le nouveau Comité Réunionnais du Tourisme, structure unique en charge du tourisme ne fera plus de distinction entre tourisme local ou extérieur. Il travaillera pour La Destination dans sa globalité et sera l'interlocuteur unique des acteurs travaillant dans le secteur.*

*Si le CRT n'a pas vocation à mettre en œuvre l'ensemble de la stratégie, son rôle est majeur puisqu'il se situe au centre de l'écosystème. Les 2 collectivités de rattachement que sont la Région et le Département, sont pour la première cheffe de file du tourisme, lorsque la 2ème est propriétaire de 40% du territoire représentant en majeure partie le cœur de notre île, classé au Patrimoine mondial de l'Unesco.*

*Si pour certaines actions le CRT est l'acteur principal, étant en charge du positionnement marketing de la destination, de sa promotion, de la qualité et de la diversité des offres; il doit également être moteur pour les autres actions identifiées dans le SDATR et se tenir aux côtés des acteurs pour les accompagner dans leurs démarches.*

## Annexes

*La connectivité aérienne, la mobilité intérieure, l'accueil sur tout le territoire... sont des sujets que le CRT ne portera pas seul mais aux côtés des autres partenaires : l'aéroport et les compagnies aériennes, le Grand Port Maritime de La Réunion, les Offices de Tourisme, les filières socioprofessionnelles, les labels...*

*"Travailler ensemble" est un axe fort du SDATR. C'est ce que j'ai souhaité à travers le choix de la forme juridique du CRT. L'EPIC nous permettait de réunir les partenaires institutionnels et les socioprofessionnels. La démarche interfilières au sein du CRT montre bien que le développement touristique de notre île doit être l'affaire de tous et que le CRT jouera son rôle central dans cette ambition collective.*

### **3. Quelle est votre vision du tourisme régional à l'horizon 2040 ?**

*À l'horizon 2040, nous devons avoir réussi à positionner La Réunion comme une destination de référence en matière de tourisme durable, culturel et expérientiel dans l'océan Indien.*

*Notre vision repose sur plusieurs piliers :*

- Une offre qualitative, ancrée dans nos patrimoines naturels et culturels, et structurée autour de produits touristiques identifiables (randonnée, bien-être, volcanisme, tourisme scientifique, etc.) ;*
- Un maillage territorial équilibré, qui valorise l'ensemble de l'île et participe à la dynamisation des communes rurales ;*
- Un tourisme à forte valeur ajoutée, qui favorise les séjours longs, les dépenses locales et les emplois pérennes ;*
- Une destination exemplaire sur le plan environnemental, qui respecte les capacités d'accueil des sites et s'appuie sur des acteurs engagés ;*
- Et surtout, un tourisme approprié par les Réunionnais eux-mêmes, qui en sont les premiers bénéficiaires et ambassadeurs.*

*C'est cette ambition que portera le CRT avec ses partenaires, dans une logique d'innovation, de coopération et d'excellence.*

### **4. Quelle est la clientèle cible et quels sont les marchés prioritaires ? Quelle est la place du marché local ?**

*La stratégie du CRT, telle que définie dans le cadre du SDATR, ne repose pas sur une augmentation indéfinie des flux mais sur une recherche de meilleure rentabilité touristique.*

*Nos clientèles cibles sont donc :*

- Les touristes extérieurs à fort potentiel de consommation, en particulier les couples actifs et les familles, majoritairement francophones et européens, sensibles à l'authenticité et à la nature ;*
- Les segments affinitaires et affinitaires haut de gamme (sportifs, randonneurs, plongeurs, digital nomads, etc.) ;*
- Les Réunionnais vivant hors de l'île qui souhaitent revenir avec un regard renouvelé.*

*Le marché local, quant à lui, reste central. Il génère près de la moitié des recettes touristiques annuelles et participe à la viabilité de nombreuses structures. C'est pourquoi le CRT travaillera, avec les acteurs, sur des propositions d'offres spécifiques destinées au tourisme résidentiel, notamment via :*

- L'aide à la structuration, l'accompagnement et le conseil auprès des porteurs de projet (activités de loisirs, hébergement...) ;*
- La conception d'offres incluant loisirs, hébergement, restauration ;*
- Des campagnes concertées de communication et d'offres partenariales promotionnelles ;*
- La valorisation des circuits courts et des produits du terroir ;*
- Et l'encouragement à la (re)découverte du patrimoine local.*

## Annexes

### 5. Quelle est votre vision de la coopération touristique régionale ?

*Lorsque l'on parle de tourisme, on doit envisager les îles de l'océan Indien en tant que destinations complémentaires vis à vis du marché mondial.*

*Les Caraïbes, les Antilles, les Baléares résonnent immédiatement comme des destinations touristiques idéales et rêvées. Elles suscitent l'envie de voyage à partir d'une promesse dans leur appellation commune, alors qu'elles sont bien constituées de plusieurs destinations possibles.*

*Leur force est d'avoir réuni, du fait de leur proximité géographique, une marque commune, immédiatement associée au souhait d'évasion.*

*Cela n'empêche pas chacune des îles de construire sa propre stratégie autour de cet imaginaire commun, afin d'attirer les touristes sur son territoire. Mais elles bénéficient d'une "force de frappe".*

*Nous devons en prendre l'exemple et être capable demain, de parler des îles de l'océan Indien vis à vis du marché international. Cela suppose de nous retrouver autour d'un objectif commun, après avoir identifié nos complémentarités afin de les faire valoir à l'international.*

*La tendance d'un tourisme de sens, plus durable, plus proche de la nature et des populations est totalement dans l'ADN des îles de l'océan Indien.*

*La connectivité aérienne, les possibilités de développement et d'investissement, les reliefs, la culture, la cuisine, la biodiversité de chacun des îles de l'océan Indien est différente.*

*Utilisons la force de l'une pour atténuer la faiblesse de l'autre. Jouons collectif pour faire front commun devant les menaces qui pèsent sur notre secteur. L'empreinte carbone est une donnée de plus en plus impactante dans les choix de voyages des nouvelles générations. Certains ne veulent déjà plus prendre l'avion. Nous pourrions proposer une offre permettant aux voyageurs de rester plus longtemps dans le bassin océan Indien, en visitant les îles sous des angles complémentaires.*

*La croisière est un bon exemple de collaboration possible et la plus évidente aujourd'hui. Mais nous devons aller plus loin.*

*Cela suppose de relever plusieurs défis : la mobilité entre les îles, la qualité égale des offres, la capacité d'accueil sur les territoires... mais nourrissons cette ambition et donnons-nous la possibilité de collaborer et de grandir ensemble.*

## Composition de la Commission

### “Économie, Emploi et Innovation”(EEI)

#### Membres composant la Commission au moment de l'adoption de la Contribution

**Laurence MACE** : ----- collège 1

Présidente de la commission EEI au titre de la Fédération des particuliers employeurs (FEPEM),

**Valérie ROCCA** : ----- collège 4  
Vice-présidente au titre de Personnalité qualifiée,

**Ingrid OUSSOURD** : ----- collège 2  
Vice-présidente au titre de la Confédération française des travailleurs chrétiens (CFTC),

**Jacky BALMINE** : ----- collège 2  
au titre de la Confédération générale du travail de La Réunion (CGTR),

**Eric BODO** : ----- collège 1  
au titre de la Chambre nationale des professions libérales (CNPL),

**Julie CHATEL** : ----- collège 1  
au titre de l'Association pour le développement industriel de La Réunion (ADIR),

**Joel DALLEAU** : ----- collège 2  
au titre de la Confédération française démocratique du travail (CFDT),

**Gilberto DUFESTIN** : ----- collège 1  
au titre d'un accord entre la Fédération bancaire française et la Caisse régionale du crédit agricole,

**Joseph MAGDELEINE** : ----- collège 2  
au titre de la Force Ouvrière (FO),

**Jean-Marie POTIN** : ----- collège 3  
au titre d'un accord entre l'Union fédérale des consommateurs (UFC Que choisir), l'Union des consommateurs réunionnais (UCOR) et de Consommation, logement et cadre de vie (CLCV)

**Patrick SERVEAUX** : ----- collège 1  
au titre du Mouvement des entreprises de France (MEDEF)

#### NB :

- 1er collège : entreprises et activités professionnelles non salariées.
- 2è collège : syndicats de salariés.
- 3è collège : vie collective.
- 4è collège : personnalité qualifiée.

# CONTRIBUTEURS

## Remerciements

La commission "Économie, Emploi et Innovation" (EEI) du CESER de La Réunion adresse ses remerciements aux personnes auditionnées dans le cadre de cette contribution, pour la qualité et la richesse des échanges partagés:

**M. GUY BOUNEA**

Administrateur du Relai Gites de France à La Réunion

**M. Philippe JEAN-PIERRE**

Professeur des universités et responsable du Master Ingénierie du Tourisme à l'IAE de La Réunion

**M. Pascal TURONNET**

Président de la branche hôtellerie de l'UMIH

**Mme Nathalie HOAREAU**

Responsable Pôle Outre-Mer & AMI outre-mer du Plan Destination France Atout France

**Mme Agnès LAVAUD**

Chargée de mission à la SYPRAL et membre du CCEE

**M. Willy ETHEVE**

Directeur du Développement et Relations Clients à l'Aéroport de La Réunion Roland Garros

**M. Henri DUPUIS**

Directeur des Stratégies Internationale et Commerciale au Grand Port Maritime de la Réunion

**Mme Savitree ETWARYSING**

Doctorante en Tourisme

**M. Patrick LEBRETON**

Président du Comité Réunionnais du Tourisme



**Contribution élaborée par la commission "Economie, Emploi et Innovation" du Conseil économique, social et environnemental régional (CESER) de la Réunion**

**Président :** M. Dominique VIENNE

**Vice-président-e-s :** Mme Christine NICOL et M. Joel SORRES

**Présidents de commission :** Mme Laurence MACE

**Chargé d'études :** Mme Karine Hoareau

**Directeur de la publication :** Dominique VIENNE

**Conception et réalisation :** CESER de La Réunion,  
Juin 2025, version 1





73, Boulevard du Chaudron  
97490 SAINTE-CLOTILDE



0262 979 630



[ceser@cr-reunion.fr](mailto:ceser@cr-reunion.fr)



**CESER**  
ÎLE DE LA RÉUNION

*OUVRIR LA VOIE, ÉCLAIRER LA DÉCISION, PARTICIPER À L'ACTION PUBLIQUE*