



N° 9926-2018/1-ACTS/ DEFE

Date du : 18 mai 2018

Rapport de présentation

OBJET : approuvant la stratégie de développement touristique des services et des loisirs 2025

PJ : un projet de délibération

« *Penser la stratégie économique de la Nouvelle-Calédonie, c'est aussi penser le Tourisme* », tels furent les mots utilisés le 7 mai dernier à Nouméa par Emmanuel MACRON, Président de la République, pour souligner les chances que représente le secteur du tourisme pour le développement du pays et les perspectives d'emploi que ce secteur assure à notre jeunesse.

Deuxième secteur d'exportation du Territoire, le tourisme est en effet un secteur à valoriser pour promouvoir un développement plus équilibré :

- C'est un secteur transversal, créateur d'emplois directs et indirects, faisant appel à tous les niveaux de formation et de qualification ;
- Il permet un rééquilibrage économique au profit de l'intérieur et des Iles ;
- Il rapporte des devises de façon pérenne et constitue à ce titre l'une des principales voies pour se prémunir des risques liés à une économie excessivement centrée sur le nickel.

A condition de privilégier des formes de tourisme respectueuses de l'environnement et des populations, la Nouvelle-Calédonie dispose à travers ce secteur d'un véritable potentiel de croissance et de création d'emplois.

L'attention particulière accordée au secteur du tourisme depuis 2004

Soucieux de rééquilibrer la structure de l'économie calédonienne et de faire valoir les richesses indiscutables du territoire en matière touristique, les élus calédoniens des trois provinces ont lancé en 2004 une première démarche concertée autour du développement touristique.

Cette démarche s'est traduite d'abord par l'organisation des assises du tourisme puis par l'élaboration du **Plan de Développement Touristique Concerté en 2005**.

Durant 10 ans, les préconisations du plan d'actions ont été mises en œuvre à des degrés divers selon les thématiques. Néanmoins, certains projets emblématiques ont vu le jour :

- **L'objectif de se doter d'hôtels sous enseigne internationale à forte notoriété** s'est traduit par l'implantation du Sheraton à Deva, la rénovation des Méridien à Nouméa et l'île des Pins et l'implantation de la marque Hilton sur le territoire.

- **La création de la marque « Nouvelle-Calédonie, Pacifique au cœur »** et de ses déclinaisons en termes de communication et de partenariats, adossée à l'inscription du lagon au patrimoine mondial de l'UNESCO, permet d'assurer une promotion internationale sous une identité unique.
- **Le lancement des contrats de destinations** a permis d'engager collectivement l'ensemble des acteurs du tourisme (publics et privés) pour travailler de manière concertée et accrue au développement de l'attractivité touristique de la destination Nouvelle-Calédonie.
- **La structuration de l'offre** a permis la mise en œuvre d'un nouveau référentiel de classement des hôtels et d'une stratégie de niche par type d'activités (label de qualification de l'offre équestre, création de la Maison du Lagon), la professionnalisation des acteurs (éducteurs, formations, accompagnement, réglementation...) et la mise en place de 5 offices du tourisme en province Sud.

Ainsi, si certaines préconisations de ce plan sont toujours d'actualité, l'ambition, les objectifs et les actions prioritaires du PDTC devaient faire l'objet d'une actualisation, notamment pour mieux prendre en compte un certain nombre de faiblesses bien identifiées :

- un déficit de notoriété, dû notamment à une promotion internationale insuffisante et à une coordination entre acteurs en progrès mais encore insuffisante,
- une image de destination chère,
- une capacité d'accueil insuffisante et insuffisamment diversifiée pour capter des marchés internationaux,
- une qualité de services ne répondant pas au niveau attendu par la clientèle touristique internationale.

Une démarche de concertation renouvelée et élargie en 2015

Ces constats ont conduit le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie et les exécutifs des trois provinces à lancer, à partir de novembre 2015, les « Ateliers du Tourisme de la Nouvelle-Calédonie ». Leur mobilisation reflète une volonté commune de mener une action forte et coordonnée à l'échelle du territoire, dans le respect des compétences de chacun.

Plus de cinq cents opérateurs de l'industrie touristique ont ainsi :

- partagé le bilan du Plan de Développement Touristique Concerté (2005-2015),
- réalisé de façon partenariale un diagnostic mettant en évidence les atouts et les faiblesses du secteur touristique calédonien,
- et formulé un ensemble de recommandations pour assurer le développement de ce secteur.

Une nouvelle stratégie : le SDTSL 2025

Au terme de ce travail collaboratif, l'objectif retenu à l'horizon 2025 est :

- de franchir le seuil de 200 000 touristes par an, soit une croissance moyenne annuelle de 6 % (croissance effectivement atteinte depuis 2014) ;
- de doubler les revenus du secteur du tourisme (qui représentaient 23 milliards de francs CFP en 2015) et le nombre d'emplois directs du secteur (environ 5 500 emplois aujourd'hui).

Afin d'atteindre ces objectifs, les différentes préconisations formulées au cours des Ateliers du Tourisme ont été traduites sous la forme d'un nouveau plan d'actions à l'échelle du Territoire, dénommé : « Stratégie de Développement Touristique des Services et des Loisirs 2025 »

Les principaux axes de cette SDTSL sont listés comme suit :

1. **Fédérer les acteurs publics** et privés (transports, hébergements, réceptifs, agents de tourisme, activités touristiques, organismes de promotion...) **au sein d'une entité unique** dont la mission serait d'assurer une représentativité (prospection, promotion, marketing, veille...) de la Nouvelle-Calédonie à l'international grâce à la mise en place de l'Agence de Développement Touristique de la Nouvelle-Calédonie (ADT NC).
2. **S'assurer que cette structure unique ait pour rôle, notamment de renforcer la notoriété de la destination sur nos marchés cibles** (Australie, France, Nouvelle-Zélande, Japon, Europe, Chine) et de

poursuivre les travaux avec les opérateurs (compagnies aériennes et hôteliers) dans le cadre des contrats de destination, de façon à rendre la Nouvelle-Calédonie plus concurrentielle. De nouveaux contrats ont été signés pour les marchés chinois et japonais, tandis que les contrats existants pour l’Australie, la Nouvelle-Zélande et l’Europe seront mis à jour et renouvelés à la fin de l’année.

3. **Faire de la Nouvelle-Calédonie une véritable destination touristique accessible**, par le biais du renouvellement des flottes internationales et domestiques, la prospection de nouvelles compagnies, et l’amélioration des systèmes de réservation.
4. **Développer et structurer l’offre touristique**, que ce soit au niveau des transports, des hébergements, des activités et autres services, est également un point crucial de cette stratégie, avec la volonté de valoriser l’artisanat, la culture locale et l’authenticité du territoire, afin de créer une véritable identité marketing de notre destination.
5. **Elever la qualité des prestations touristiques au niveau du coût de la destination**, au travers notamment de formations qualifiantes et diplômantes, de labellisation et de réglementation de certaines professions. Ces axes rejoignent l’objectif d’améliorer l’expérience et la satisfaction du visiteur (croisiéristes et touristes) dans le but d’accroître le nombre de séjours renouvelés.
6. **Respecter les principes du développement durable**, c’est-à-dire privilégier des formes de tourisme alliant croissance économique, protection de l’environnement et appropriation/retombées pour les populations
7. **Identifier certaines zones géographiques comme étant « à fort potentiel touristique »** telles que l’île des Pins (joyau de la Nouvelle-Calédonie), les îles Loyauté (structurer l’offre croisiéristes et implanter des équipements hôteliers de standing), Deva (tourisme international, clientèle domestique familiale) ... ou comme nécessitant une attention toute particulière, comme Nouméa pour que la capitale devienne le cœur du tourisme calédonien.
8. **Améliorer l’accueil des croisiéristes avec l’objectif de faire entrer Nouméa dans le top 10 des escales les mieux notées de la zone Pacifique** en facilitant le transport, poursuivant la politique d’embellissement de la ville, favorisant la grande plaisance, améliorant la signalétique, créant une réelle attractivité patrimoniale et culturelle de la ville.
9. **Faire du tourisme de croisière un axe de travail prioritaire**, en termes d’accueil, d’amélioration des infrastructures, de diversification de l’offre et de coordination des acteurs. L’impact environnemental sera au cœur des préoccupations avec une attention toute particulière aux types de bateaux visiteurs (capacité, pollution...), au nombre de touchers, de même qu’à la dispersion des croisiéristes sur les différents sites accueillants.
10. **Mettre en place une fiscalité dédiée au financement de la filière tourisme** (taxe nuitée, taxe croisières...) et favoriser l’investissement et la création d’emplois dans le secteur (défiscalisation, facilités d’embauche, formations, sensibilisation...).
11. **Instaurer une veille stratégique** pour évaluer l’impact des actions, rôle qui serait dévolu à un Observatoire du tourisme qui aurait pour mission de collecter et d’analyser les statistiques du secteur, mais également de suivre les indicateurs nécessaires au pilotage en temps réel de cette stratégie.

La réussite de cette nouvelle stratégie touristique passera nécessairement par une prise de conscience générale de ce que l'industrie touristique peut représenter en termes de création d'emplois, de richesses et d'opportunités pour la Nouvelle-Calédonie.

Les Ateliers du Tourisme ont initié une large campagne de sensibilisation qui doit être poursuivie afin d'impulser les changements attendus par la clientèle internationale.

Les efforts engagés par l'ensemble des acteurs ont déjà commencé à porter leurs fruits puisque la Nouvelle-Calédonie a accueilli 120 699 touristes de séjour en 2017, dépassant même les objectifs fixés, et la barre symbolique des 120 000 visiteurs. Le Territoire enregistre donc, pour la troisième année consécutive, et dans un contexte de ralentissement économique général dû à la crise du nickel, un record de fréquentation qui doit nous encourager dans notre nouveau modèle de fonctionnement « pays » pour le développement de ce secteur.

Cette stratégie, arrêtée par le Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, doit être actée par chaque province et par le Congrès afin que la gouvernance concertée puisse voir le jour et que chaque institution puisse mettre en œuvre le plan d'action correspondant à son domaine de compétence.

Une déclinaison locale pour le « joyau de la Nouvelle-Calédonie » : les Ateliers du Tourisme de l'île des Pins

Une démarche pilote a été menée à l'île des Pins par la province Sud fin avril 2018, à travers l'organisation de trois jours de rencontres et de débats, lors desquels tous les acteurs publics ou privés mais aussi et surtout les populations locales ont pu s'informer, contribuer et donc s'approprier la démarche afin de construire ensemble un tourisme respectueux de l'environnement et source de retombées pour les populations. Ces journées ont permis de mobiliser plus de 150 acteurs pour mener une réflexion concertée dont les orientations feront l'objet d'une restitution dans les prochaines semaines. L'objectif est de construire un plan d'actions spécifique au développement de ce secteur à l'île des Pins.

Une déclinaison propre à la province Sud

La province Sud a d'ores et déjà décliné la SDTSL au travers de plusieurs actions :

- **La province Sud participe aux comités techniques** qui réunissent les institutions pour la mise en place de l'ADT.
- **Le travail de structuration et de mutualisation des acteurs du tourisme** est également en cours avec, notamment, une réflexion sur le statut des structures et la mise en place très prochainement du Plan de Professionnalisation des Acteurs du Tourisme.
- **Des formations** sont d'ores et déjà engagées : des acteurs mais également des offices de tourisme, plateforme de e-learning, réforme de diplômes (agents de tourisme, accompagnateur de sorties équestre et pédestre), labels nautique et accueil en tribu...
- Un diagnostic des structures a eu lieu et un partenariat a été signé **pour faciliter la vente en ligne de nos produits**.
- **La révision des grilles tarifaires des vols domestiques** a déjà été mise en place et le projet de desserte maritime pour l'île des Pins se dessine.
- Un travail de **mise en place de la signalisation touristique** a été effectué à Bourail, dans le Grand Sud et à Nouméa.
- Une **démarche de révision du code des aides pour le soutien des entreprises (CASE)** est également en cours dans le but de favoriser le financement et l'accompagnement du secteur dans les zones prioritaires.

- De nombreux projets sont en cours pour contribuer à **l'amélioration de l'accueil croisiéristes**, tels que : le schéma d'aménagement du Port Autonome à Nouméa, les travaux au ponton de l'île des pins, la charte d'accueil des commerces du centre-ville (Cruise Friendly et Thank You For Coming), le projet de village océanien.

Les travaux menés en 2016 ont vu la structuration de la stratégie par l'ensemble des professionnels dans le cadre des Ateliers, stratégie formellement validée lors de la réunion de restitution de décembre 2016. L'année 2017 a permis de partager ces réflexions afin d'obtenir l'adhésion des Exécutifs des provinces et de la Nouvelle-Calédonie sur un projet de stratégie touristique abouti.

Treize ans après l'adoption du PDTC, il est grand temps de valoriser le travail de l'ensemble des acteurs du tourisme afin de pouvoir mettre en œuvre concrètement un plan d'action décliné de ces orientations stratégiques.

Une mobilisation des élus est aujourd'hui indispensable pour valider la stratégie de développement touristique des services et des loisirs à l'horizon 2025.

Tel est l'objet de la présente délibération que j'ai l'honneur de soumettre à votre approbation.