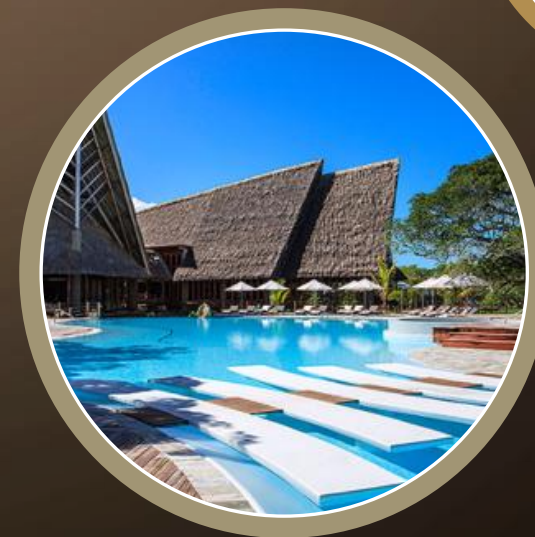


STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES SERVICES ET DES LOISIRS 2025 (SDTSL 2025)



PRÉAMBULE

*« Penser la stratégie économique
de la Nouvelle-Calédonie,
c'est aussi penser le Tourisme »*

Emmanuel Macron,
Président de la République



PRÉAMBULE

Stratégie orientée vers un « Tourisme durable »

« Le tourisme international a atteint de nouveaux sommets en 2015. La performance solide du secteur contribue à la croissance économique et à la création d'emplois dans de nombreuses régions du monde. Il est donc d'une importance critique que les pays favorisent les politiques soutenant la poursuite de la croissance du tourisme, notamment la facilitation des voyages, le développement des ressources humaines et la durabilité » - Taleb Rifai, Secrétaire général de l'OMT.

The image features a dark brown background with decorative white circuit-like lines in the corners. These lines consist of straight segments connected by right-angle turns, ending in small circles, resembling a stylized PCB or network diagram. The lines are positioned in the top-left, top-right, bottom-left, and bottom-right corners, framing the central text.

PRINCIPAUX ENJEUX POLITIQUES ET STRATEGIQUES

Une attention particulière au secteur depuis 2004

Lancement des Assises du Tourisme

2004 :

Première démarche concertée des 3 provinces autour du développement touristique

2005 :

Elaboration du Plan de Développement Touristique Concerté de la Nouvelle-Calédonie (PDT CNC)

Un enjeu de cohérence institutionnelle

Le Gouvernement et les trois provinces lancent les « Ateliers du Tourisme »



Une compétence partagée :
✓ Nouvelle-Calédonie : relations extérieures
✓ Provinces : développement économique

2005 : Élaboration du Plan de Développement Touristique Concerté de la Nouvelle-Calédonie (PDTC NC)

Fin 2015 : lancement des Ateliers du Tourisme qui ont pour objectif de :

- Faire un bilan du PDTC NC
- Identifier les facteurs de blocage des préconisations qui n'ont pas été réalisées
- Établir un état des lieux du secteur
- Définir, en concertation avec les acteurs du territoire du privé et du public de nouvelles orientations stratégiques pour les 7 à 10 années à venir

Organisation en fin d'année 2015 de 18 groupes de travail thématiques sur :

- Organisation interne : organisation et répartition des compétences liées au secteur du tourisme
- Formation et sensibilisation de la population, des professionnels et des Élus
- Hébergement terrestre
- Commercialisation et promotion
- Hébergement flottant (croisière, grande plaisance...)
- Activités et animation locale
- Desserte aérienne
- Desserte domestique
- Agglomération : faire de la ville de Nouméa le reflet de la destination touristique

Début 2016, plus de 200 entretiens avec des acteurs sur le terrain.

En tout, près de 400 à 500 professionnels concertés pour l'élaboration de ces travaux.

Proposition de validation de la stratégie de développement touristique des services et des loisirs 2025 au Congrès de la Nouvelle-Calédonie et aux Assemblées de province.

Un enjeu de développement durable : 2^e secteur d'exportation du territoire et « hotspot des hospots »

Valorisation du patrimoine naturel (biodiversité) et culturel



Limitation des risques liés à une « économie tout nickel »



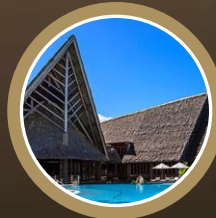
Création d'emplois de tous niveaux de formation et de qualification



Apport de devises de manière pérenne



Rééquilibrage économique au profit de l'intérieur et des Iles



Un enjeu de cohérence opérationnelle

Aujourd'hui

Province Sud

Groupement d'Intérêt
Économique
Nouvelle-Calédonie
Tourisme point Sud

Direction de l'Économie, de
la Formation et de l'Emploi/
Service du développement
économique/
Bureau du Tourisme

Société d'économie mixte
PromoSud

5 Offices de tourisme

Province Nord

Groupement d'Intérêt
Économique
Tourisme province Nord

Direction du Développement
Économique et de
l'Environnement/
Sous-direction du
développement local

Société d'économie mixte
Nord Avenir

1 Office de tourisme
2 Syndicats d'initiative
5 Points d'information

Province des îles Loyauté

Groupement d'Intérêt
Économique
destination îles Loyauté

Direction de l'Économie
Intégrée/
Services
de développement


Société d'économie mixte
Sodil


1 Centre municipal
d'animation et d'information
2 Syndicats d'initiative

The image features a dark brown background with decorative circuit board patterns in the corners. The patterns consist of white and yellow lines forming various shapes, including circles and straight lines, resembling a printed circuit board (PCB) layout. The central text is in a bold, yellow, sans-serif font.

ELEMENTS PRINCIPAUX DE DIAGNOSTIC

FORCES & FAIBLESSES IDENTIFIEES

- 
- Besoin de **coordination des acteurs**
 - **Notoriété** encore faible
 - **Commercialisation** difficile
 - **Blocages** au niveau des flux de transport
 - **Besoin de main d'œuvre** qualifiée
 - **Nouméa, une ville peu accueillante**
 - **Secteur qui ne séduit pas les investisseurs**
 - **Difficultés** à accompagner le boum des croisiéristes
 - **Offre riche et perfectible**

- 
- **Environnement naturel exceptionnel** : faune, flore, lagon...
 - **Culture riche** : mélanésienne et francophone, mélange des Iles du Pacifique
 - **Authenticité** : richesse des 3 provinces
 - **Situation géographique** : 2–3h de NZ & Aus et 9H Japon–Chine
 - **Potentiel touristique** de la zone Pacifique la plus dynamique
 - **Environnement mondial** au développement du tourisme

The image features a dark brown background with decorative white and yellow circuit-like lines in the corners. The central text is in a bold, yellow, sans-serif font.

ORIENTATIONS STRATEGIQUES ET OBJECTIFS

STDSL 2025 – Les axes stratégiques

- Fédérer les acteurs
- Renforcer la notoriété
- Faire de la NC une véritable destination touristique accessible
- Développer et structurer l'offre touristique
- Elever la qualité des prestations au niveau du coût de la destination
- Respecter les principes du développement durable
- Identifier certaines zones comme étant « à fort potentiel touristique »
- Améliorer l'accueil des croisiéristes et faire entrer Nouméa dans le top 10 des escales les mieux notées de la zone Pacifique
- Faire du tourisme de croisière un axe de travail prioritaire
- Mettre en place une fiscalité dédiée au financement de la filière
- Instaurer une veille stratégique

Objectifs quantitatifs sur 10 ans

Nbre visiteurs
terrestres

> **200 000**



dans la continuité
des progressions actuelles

Nbre visiteurs
croisiéristes attendus

1 200 000



Emplois :

10 000
(2015 : 5 500)



Pib :

7 %

Clés* :

+ 500 minimum
(2015 : 1 910 unités d'hébergements)



Dépenses touristiques :

47 milliards XPF/an
(2015 : 23,4 milliards XPF)



**Nombre de chambres d'hôtels nécessaires supplémentaires
pour pouvoir accueillir 200 000 touristes terrestres
avec un taux de remplissage moyen de 75 %*

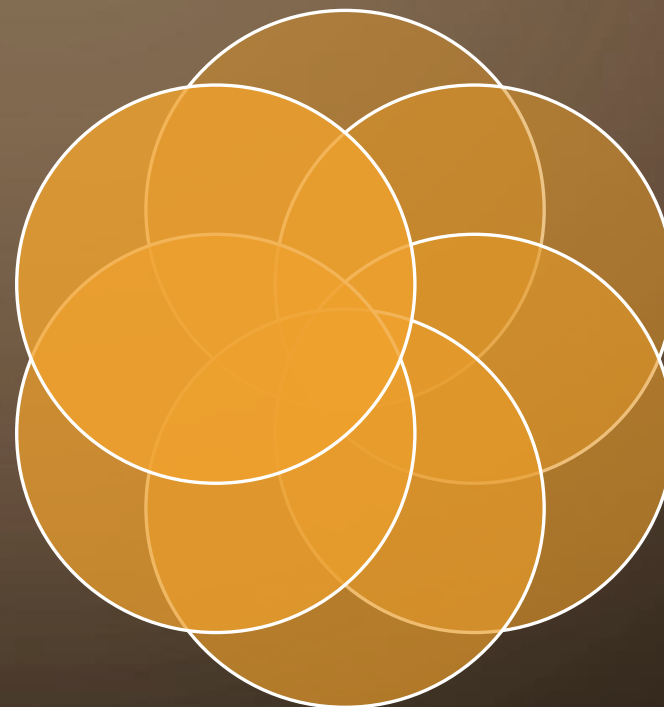


Objectifs qualitatifs

Privilégier le développement d'un tourisme durable

Améliorer l'expérience et la satisfaction du visiteur

Faire entrer Nouméa dans le top 10 des escales de croisière de la zone Pacifique



Développer et structurer l'offre touristique

Elever la qualité des prestations touristiques

Renforcer la notoriété de la destination à l'international

The image features a dark brown background with a central title. The title is flanked by four decorative corner elements, each consisting of white and yellow circuit-like lines and nodes. The top-left and top-right corners have white lines, while the bottom-left and bottom-right corners have yellow lines.

PILOTAGE ET METHODE

Un pilotage territorial

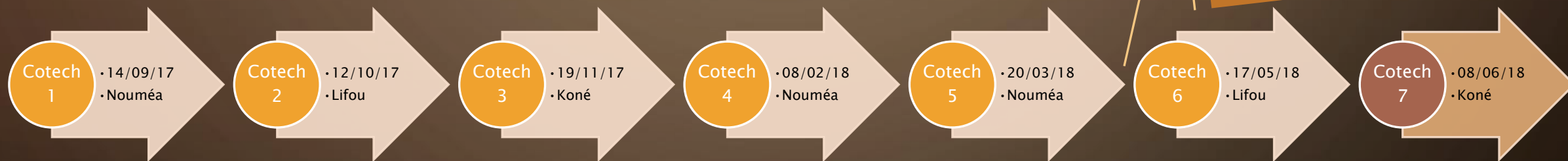
Cotech – OBJECTIFS :

Elaborer des projets de statut, d'organigramme et de budget prévisionnel pour la future ADT

Cotech – PARTICIPANTS :

- Gouvernement de la NC
- Service de la Coopération Régionale et des Relations Extérieures
- Direction de l'économie de chaque province

Copil => à définir, après approbation de la stratégie par les 3 assemblées de province pour valider les travaux réalisés en Cotech



Mise en œuvre d'une organisation projet pour co-construire la gouvernance (cadre, organisation fonctionnelle, mutualisation des moyens...)

Un pilotage provincial

Point de suivi bi-mensuel:

Cabinet VP1, SGA-DD, DEFE

- Supervision : VP1-SGA-DD
- Coordination : chargée de mission tourisme
- Mise en œuvre : DEFE

Validation exécutif de chaque étape clé (orientation et objectifs, méthode, moyens) :

Organisation des équipes :

- 1 chargée de mission tourisme au niveau stratégique, supervision SGA DD et mise en œuvre Service du Développement Economique de la DEFE ;
- 1 chargée de mission chargée de coordonner les ateliers du tourisme de l'Île des Pins et d'animer la démarche pilote de concertation locale ;
- Appui stratégique et technique du GIE NCTPS pour la promotion internationale ;
- Autres directions provinciales principalement concernées : Pôle AT (DEPS, DFA), Pôle EJVS (DC, DJS), Pôle DD (DDR, DENV, DEFE)

Des axes stratégiques déclinés en opérations et projets

Fédérer les acteurs :

Réunir les acteurs publics et privés au sein d'une entité unique

Mettre en place de l'Agence de Développement Touristique de Nouvelle-Calédonie (ADT NC)

=> assurer la représentativité de la NC à l'international

Renforcer la notoriété :

Poursuivre les travaux de sur les marchés cibles

Travailler avec les opérateurs (aérien, hôteliers...)

=> reconduire, voire étendre les contrats de destination

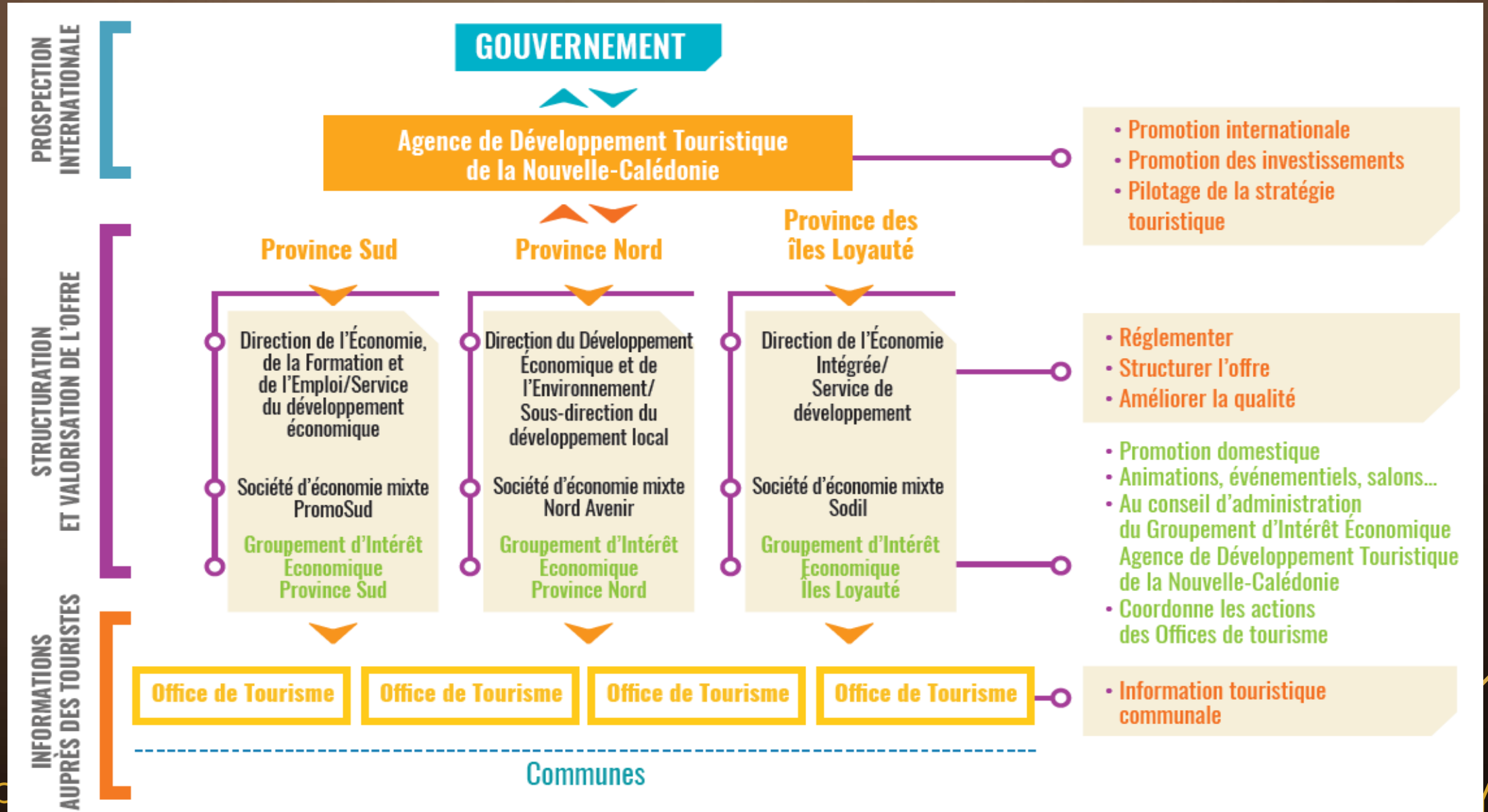
Faire de la NC une véritable destination touristique accessible :

Renouveler les flottes internationale et domestique

Prospecter de nouvelles compagnies

Améliorer les systèmes de réservation

STDSL 2025 – Focus ADT



STDSL 2025 – Les axes stratégiques

Développer et structurer l'offre touristique :

Améliorer transports, hébergements, activités et services

Valoriser artisanat, culture locale et authenticité du territoire

=> **créer** une identité marketing de la destination

Elever la qualité des prestations au niveau du coût de la destination :

Mettre en place des formations qualifiantes et diplômantes

Créer des labels, **réglementer** certaines professions

=> **améliorer** la satisfaction pour accroître le nombre de séjours renouvelés

Respecter les principes du développement durable :

Allier économie et protection de l'environnement

S'assurer de l'appropriation et des retombées pour les populations

STDSL 2025 – Les axes stratégiques

Améliorer l'accueil des croisiéristes :

- **Faciliter** le transport, **améliorer** la signalétique

- **Favoriser** la grande plaisance

- **Poursuivre** la politique d'embellissement de Nouméa

- **Créer** une attractivité patrimoniale et culturelle de la ville

=> **Faire entrer** Nouméa dans le top 10 des escales les mieux notées de la zone Pacifique

Faire du tourisme de croisière un axe de travail prioritaire :

- **Améliorer** l'accueil des croisiéristes

- **Poursuivre** les travaux sur les infrastructures

- **Diversifier** l'offre, coordonner les acteurs

- **Surveiller** l'impact environnemental (types de bateaux, nb touchers, dispersion des passagers sur les sites...)

Identifier certaines zones comme étant « à fort potentiel touristique » :

Ile des pins
« joyau de la NC »

Iles Loyauté offre croisiériste structurée, équipements hôteliers de standing

Deva tourisme international et clientèle familiale

Nouméa capitale « cœur du tourisme calédonien »

STDSL 2025 – Les axes stratégiques

Mettre en place une fiscalité dédiée au financement de la filière

Créer une taxe sur les nuitées, une fiscalité propre aux croisières...

Favoriser l'investissement (défiscalisation...)

Faciliter la création d'emplois (simplification, formation, sensibilisation...)

Instaurer une veille stratégique

Mettre en place un Observatoire du Tourisme

Collecter et analyser les statistiques du secteur

Suivre les indicateurs

=> **évaluer** l'impact des actions

The image features a dark brown background with decorative white circuit-like lines in the corners. These lines consist of straight segments connected by small circles, resembling a stylized PCB or network diagram. The lines are positioned in the top-left, top-right, bottom-left, and bottom-right corners, framing the central text.

PRINCIPALES REALISATIONS DE « LA DESTINATION NOUVELLE- CALEDONIE » A 2018

Des réalisations emblématiques depuis 2004



Structuration de l'offre et professionnalisation des acteurs



Inscription du lagon au patrimoine mondial de l'Unesco



Implantation d'hôtels sous enseignes internationales (Sheraton de Deva, rénovation des Méridien, arrivée de la marque Hilton)



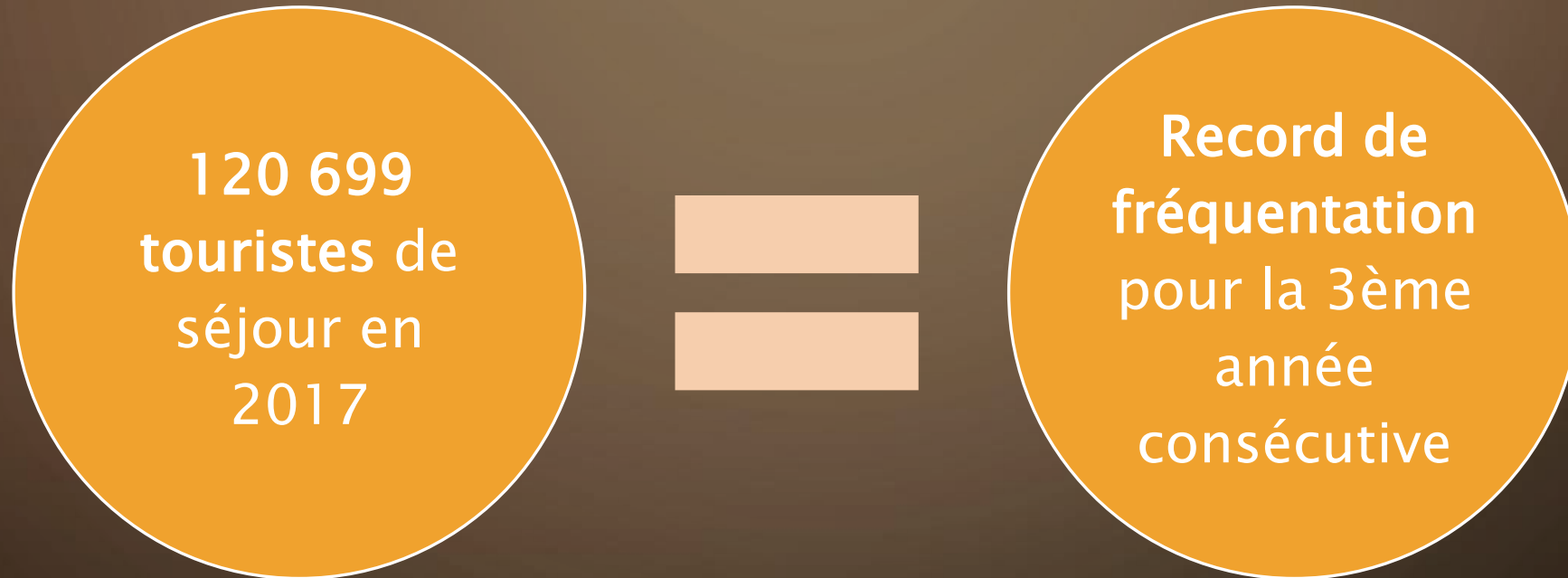
Création de la marque « Nouvelle-Calédonie, Pacifique au cœur » pour promouvoir une identité unique de la destination



Lancement des contrats de destination

Un indicateur clé

Les efforts engagés par l'ensemble des acteurs ont commencé à porter leurs fruits :



Ce record de fréquentation doit nous encourager dans notre nouveau modèle de fonctionnement « pays » pour le développement de ce secteur.

Retour sur investissement du secteur

BUDGETS / RECETTES TOURISTIQUES 2017

CATÉGORIE		2017
Nombre de touristes	de séjour	120 699
	croisiéristes	493 278
	Total	613 977
Budget NCTPS PROMOTION INTERNATIONALE (1)	Total	713 828 788
	par touriste de séjour	5 914
	par croisiériste	1 447
	par visiteur	1 163
Recettes (2) tourisme de séjour	Total	24 362 006 859
	par touriste	201 841
Recettes (3) tourisme de croisière	Total	2 256 746 850
	par croisiériste	4 575
Recettes totales	Total	26 618 753 709
	par visiteur	43 355
ROI - Retour sur investissement	100 XPF dépensés pour chaque visiteur rapportent :	+ 3 729 XPF

L'augmentation du nombre de touristes entre 2016 et 2017 a généré une hausse des recettes touristiques de plus de 1 milliard XPF. Les objectifs fixés pour 2018 doivent générer une augmentation des recettes touristiques de 969 millions CFP sur 2018.

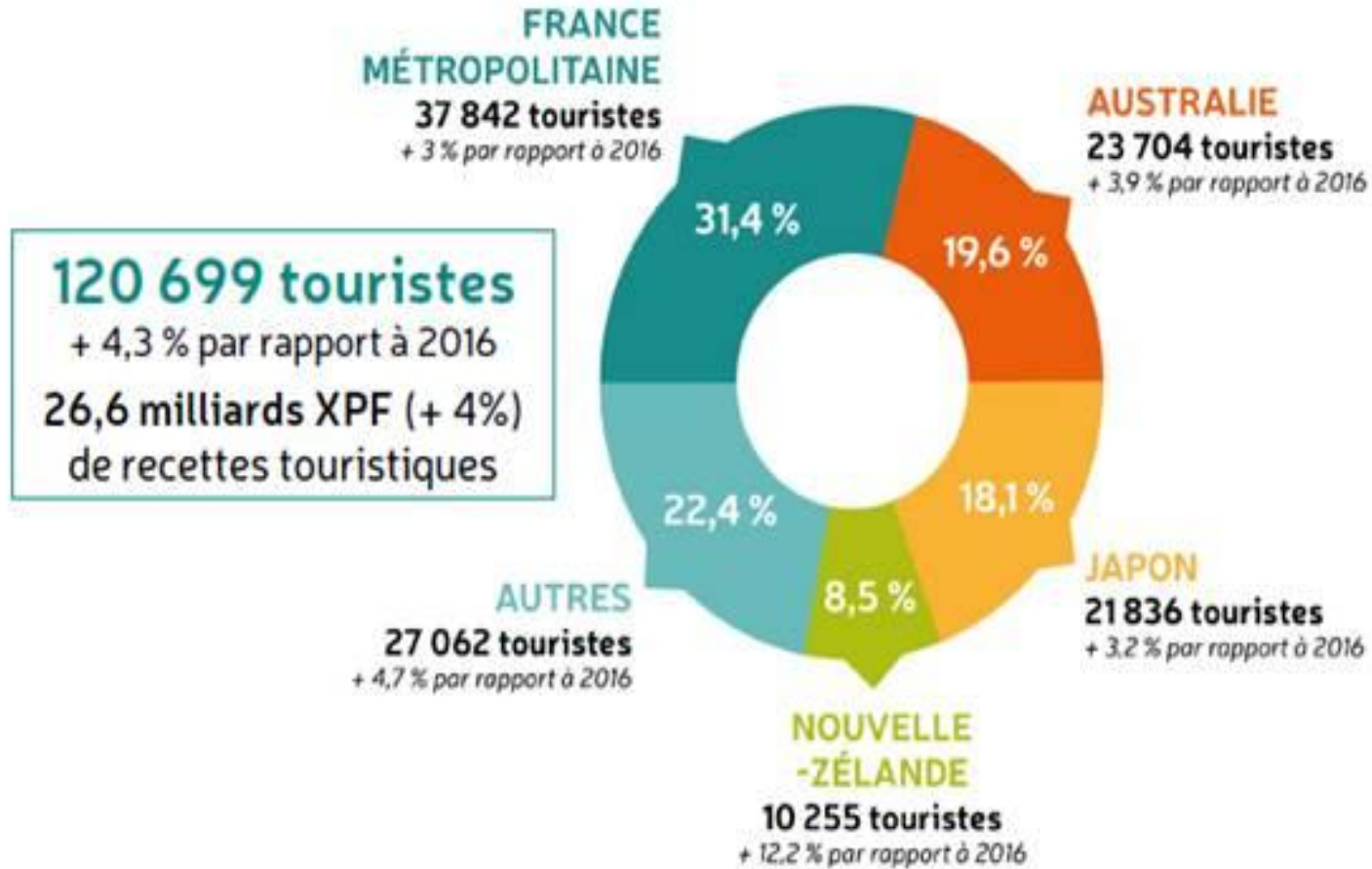
(1) Budget promotion international hors dépense de promotion province sud (DPS) et hors agents O.T.

(2) Estimations ISEE datant de plusieurs années et aujourd'hui sans doute sous-évaluée.

(3) N'inclut pas le tourisme de plaisance dont nous disposons que de statistiques partielles, mais évocatrices: En 2017, Port Moselle a reçu plus de 300 bateaux avec 1500 étrangers à bord dont 50% ont séjourné entre 10 et + 20 jours et 73% ont dépensé entre 5 et 50 000XPF par jour...

Clientèles ciblées

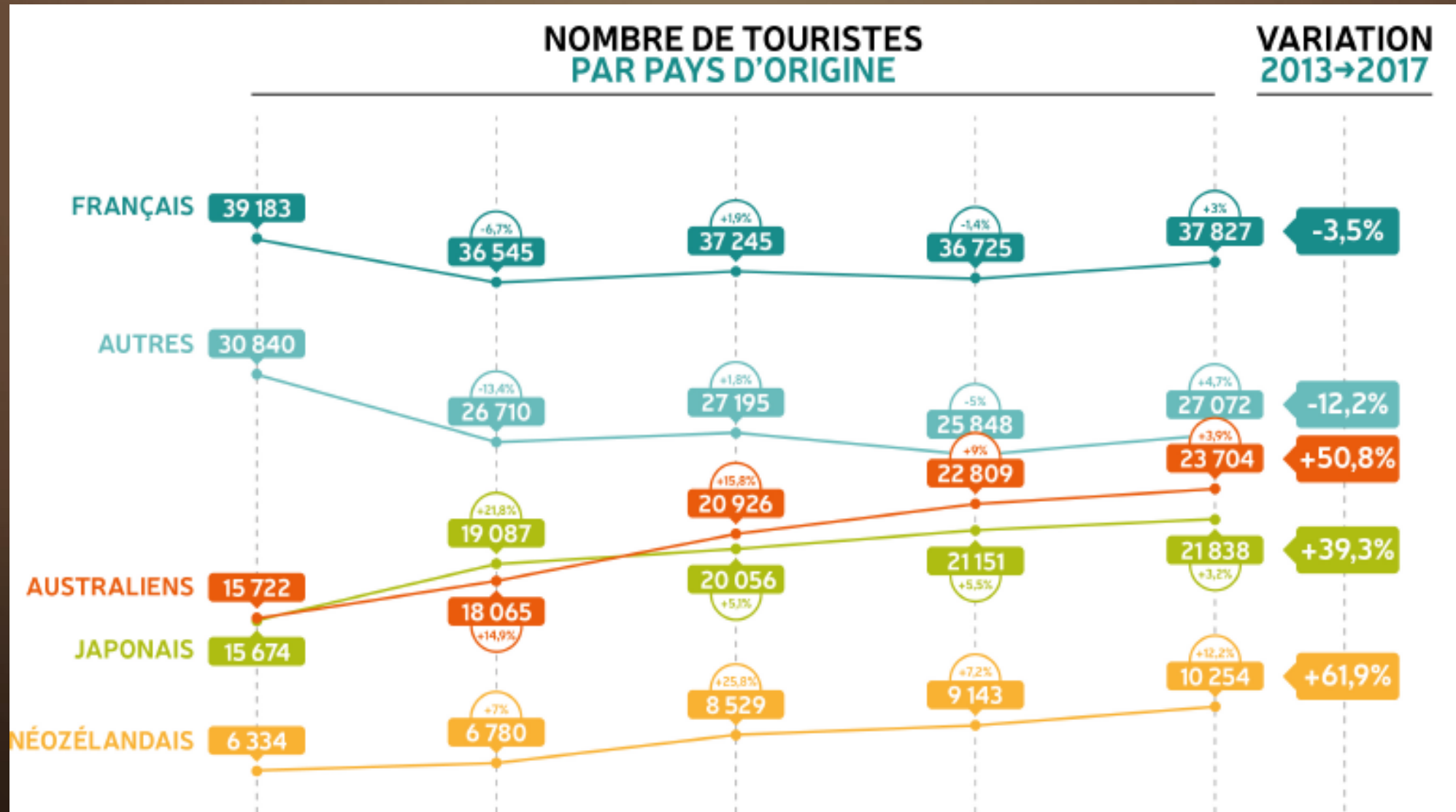
ORIGINES DES TOURISTES



MOTIFS DE SÉJOUR TOURISTES JAN-NOV 2017



Volume



Source ISEE

The image features a dark brown background with decorative white and yellow circuit-like lines in the corners. The central text is in a bold, yellow, sans-serif font. The text reads:

**PRINCIPALES REALISATIONS DE
« LA DESTINATION PROVINCE
SUD » A 2018**

Orientations provinciales pour être cohérent à SDTNC 2025

Les premières actions ont été mises en œuvre sur 3 axes prioritaires : la gouvernance et le pilotage – le marketing, la commercialisation et le développement des offres – la qualité de l'offre

1

Gouvernance et pilotage :

- Participation aux Cotech pour la mise en place de l'ADT NC
- Structuration, formation et mutualisation des acteurs
- Adaptation de l'organisation interne PSUD

2

Marketing, commercialisation et développement des offres :

- Facilitation de la vente en ligne des produits touristiques
- Révision des grilles tarifaires des vols domestiques
- Révision du CASE

3

Qualité de l'offre :

- Participation à la réforme des certifications, mise en place de labels
- Amélioration de l'accueil des croisiéristes
- Amélioration de la signalétique touristique

Résultat quantitatif

Point d'avancement :

Nombre total de préconisations de la SDTSL pour la province Sud : 87

Nombre d'actions engagées : 36

Soit 41% des actions lancées sur les thématiques telles que :

- Coordination des partenaires
- Coordination de la promotion
- Participation à la mise en place de l'ADT NC
- Fédérer les acteurs touristiques
- Accompagner les entreprises touristiques
- Structurer l'offre et la professionnaliser
- Améliorer l'offre proposée aux croisiéristes
- Sensibiliser la population au secteur



3 EXEMPLES DE L'ACTION PROVINCIALE SUR TROIS CHANTIERS PRIORITAIRES :

1. LA GOUVERNANCE D'UN DÉVELOPPEMENT DURABLE
(« LA DESTINATION ILE DES PINS »)

2. LE SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT
(LE CIBLAGE DES MESURES DE SOUTIEN ECONOMIQUE ET
L'ACCOMPAGNEMENT A LA DIVERSIFICATION DES OFFRES)

3. LA FORMATION/QUALIFICATION
(UN PPAT – PLAN DE PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS DU TOURISME)



Ile des Pins « le joyau », pour expérimenter une démarche de concertation élargie aux populations

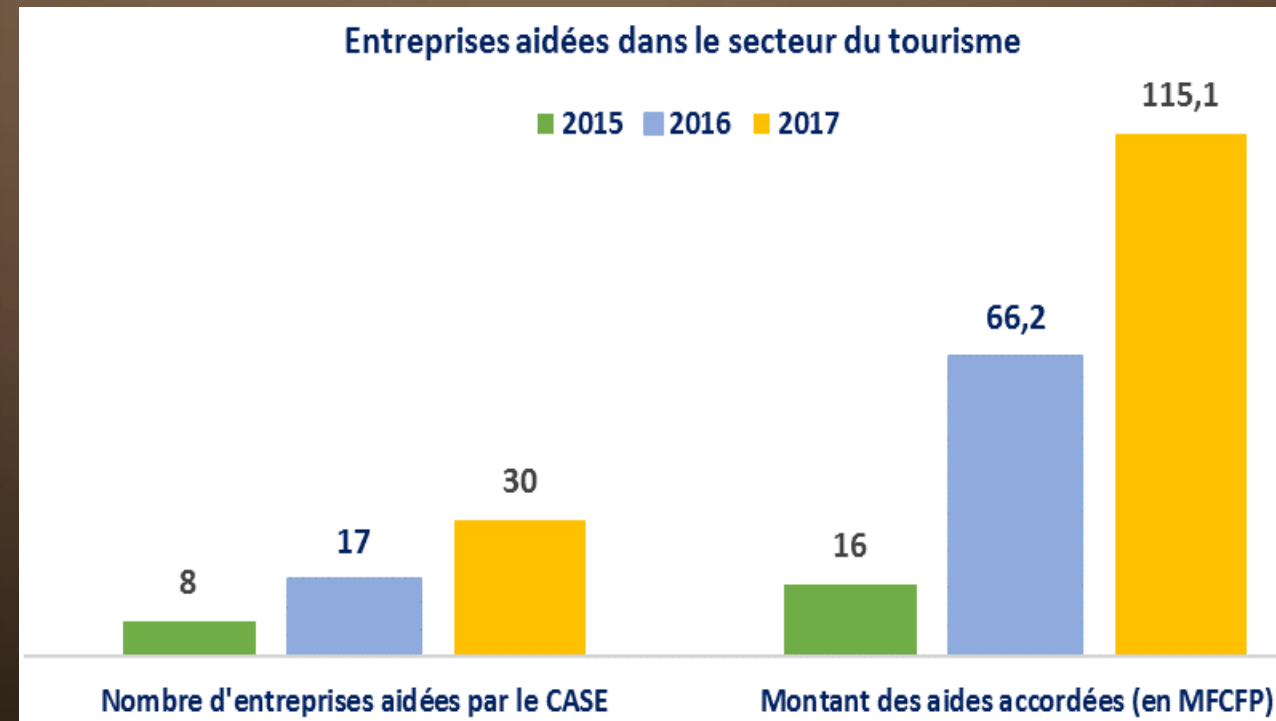
Tenue des Ateliers du Tourisme à l'Ile des Pins

- **Projet pilote de développement local** pour élaborer un plan d'action tourisme, durable, maîtrisé, et accepté par tous
- **Démarche participative** : plus de 100 entretiens individuels depuis janvier 2018
- **3 journées de rencontres** en avril 2018 avec tous les acteurs publics, privés et une forte mobilisation de la population (100 à 150 personnes présentes chaque jour)
- **Poursuite des travaux** sous forme de groupes de travail thématiques
- **Mi-2018** : restitution d'un schéma de développement décliné en actions concrètes à mettre en place dès 2018

Déclinaison provinciale de la SDTSL 2025 – Les mesures de soutien

Révision du Code des Aides pour le Soutien des Entreprises (CASE)

Pour information, en 2017, le secteur du tourisme recevait 52 % du montant des aides au soutien de l'économie, contre 32% en 2016



Déclinaison provinciale de la SDTSL 2025 - Les mesures d'accompagnement provinciales

Formation des acteurs touristiques via le Plan de Professionnalisation des Acteurs du Tourisme (PPAT)

Objectifs :

Répondre aux évolutions des métiers du tourisme

Appuyer les projets locaux de développement touristique

Accompagner les professionnels à répondre à l'évolution des modes de consommation de la clientèle

Créer du lien entre les acteurs publics et privés du secteur

Des formations adaptées :

8 thématiques / 77 sessions de formation (23/2018, 32/2019, 22/2020)

Des formations courtes (1 à 2 jours) ou réparties sur l'année

Des rencontres par filières

Des formations en présentiel, à distance, par téléphone, par email

Des lieux de formation délocalisés : Nouméa, Bourail, La Foa, Thio....

MERCI DE VOTRE ATTENTION

