



CADRE D'INTERVENTION

FONDS FEDER

Mesure	2-09 DEVELOPPEMENT DE LA PROMOTION TOURISTIQUE
Axe	2 – Amélioration de la compétitivité économique : développer l'économie réunionnaise dans l'environnement international
Service instructeur	Région – Direction des Affaires Economiques
Dates agréments CLS	4 Décembre 2008

I. Objectifs et descriptif de la mesure / dispositif

a) Objectifs

Le Tourisme figure parmi les nouveaux moteurs de la croissance économique de la Réunion. Il constitue pour l'île l'activité offrant un fort potentiel de création de valeur ajoutée et d'emplois, produisant de surcroît des effets d'entraînement significatifs sur les autres secteurs économiques, le développement local et la mise en valeur du territoire.

Les nombreux atouts touristiques dont bénéficie la Réunion ont conduit les acteurs locaux à fixer à travers le « Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de la Réunion » (SDATR), les orientations stratégiques de développement de la destination Réunion.

La réussite du développement touristique implique d'agir sur :

*** la politique marketing de la destination Réunion afin de :**

- diversifier des clientèles extérieures, en ciblant notamment des niches de clientèles sur les marchés extérieurs identifiés comme prioritaires au SDATR (Allemagne, Suisse, Belgique) et ceux ayant une desserte aérienne directe avec la destination Réunion. Développer la programmation auprès des prescripteurs (TO) et de leurs réseaux de commercialisation.
- conforter le marché métropolitain par la promotion et la mise en marché de nouveaux produits et renforcer les approches géographiques et la segmentation des clientèles.
- accroître la consommation touristique locale par le développement et la promotion d'offres spécifiques en faveur de la clientèle résidente

***l'amélioration de la veille et l'observation touristique afin de :**

- évaluer et suivre l'évolution des retombées du tourisme sur l'économie réunionnaise
- améliorer la connaissance des marchés et les prévisions de l'activité touristique
- anticiper les évolutions rapides du secteur et adapter la stratégie marketing
- disposer d'éléments d'appréciation sur l'adéquation entre l'offre et la demande



2007 - 2013

CADRE D'INTERVENTION

FONDS FEDER

Mesure

2-09 DEVELOPPEMENT DE LA PROMOTION TOURISTIQUE

b) Quantification des objectifs (tableau des indicateurs)

Tableau :	Nature indicateurs	Quantification	Valeurs de référence
Rappel des indicateurs du P.O	capacités d'accueil touristiques	1500 chambres supplémentaires 3000-4000 lits supplémentaires	2008: 56 établissements classés 2251 chambres 2007: 8 000 lits
	Nombre d'arrivées touristiques	600 000 - 700 000 touristes	2007 : 380 547 touristes
	Recettes touristiques	500-600 millions d'€	2007 : 326 millions d'€
	Nombre d'emplois	15 000	2007 : 10 000
Indicateurs spécifiques complémentaires du cadre d'intervention	Nombre de tour opérateurs européens programmant la Réunion	Augmentation des TO Allemagne, Suisse, Belgique	2008 : 187 To sur les marchés prioritaires Métropole: 91 Allemagne: 51 Suisse: 24 Belgique: 21
	Origine clientèle extérieure	Diversification de la clientèle : Métropole : 55-65% . Allemagne, Suisse, Belgique,... : 15 - 20%	2007 : Métropole : 73 % Europe : 6%

c) Descriptif technique

Ce dispositif permet d'accompagner le type d'actions suivant :

- les actions de communication, de promotion (salons, eductour, workshop...) et commercialisation sur les marchés prioritaires : métropole, Allemagne, suisse, Belgique, Réunion et ceux ayant une desserte aérienne directe avec la destination Réunion.
- le développement des produits touristiques prioritaires identifiés au SDATR ;
- la mise en place d'évènementiels sur les marchés prioritaires (métropole, Allemagne, Suisse, Belgique, Réunion et ayant une desserte aérienne directe avec la destination Réunion).
- Les données et études nécessaires à la veille et l'observations touristiques (notamment sur les marchés prioritaires).



CADRE D'INTERVENTION

FONDS FEDER

Mesure

2-09 DEVELOPPEMENT DE LA PROMOTION TOURISTIQUE

II. Nature des dépenses retenues / non retenues

a) dépenses retenues

Les dépenses éligibles sont celles directement liées à la réalisation des actions d'observation, de veille, de communication, de promotion et de commercialisation

- Elles ne sont constituées que des dépenses externes au maître d'ouvrage

b) dépenses non retenues

- Les dépenses internes liées aux actions
- le matériel et les équipements de bureau,
- le matériel roulant, frais financiers, taxes...
- Toute dépense facturée ou acquittée antérieure à l'accusé réception du dossier recevable par le service instructeur ne sera pas prise en compte au titre de l'assiette éligible;
- Les dépenses payées en espèces ne seront pas prises en compte.

III. Critères de recevabilité et d'analyse de la demande

a) Critères de recevabilité

Statut du demandeur (bénéficiaire final)

Organismes assurant une mission d'intérêt général et disposant des compétences relatives à la promotion, la mise en marché et l'observation touristique.

Les structures en charge de l'accueil, l'information, l'animation.. (offices, maisons du tourisme, syndicats d'initiative...) sont exclues de ce dispositif.

Localisation

- Les programmes d'actions concernés pourront viser des actions se déroulant sur les marchés suivants : métropole, Allemagne, Suisse, Belgique, Réunion et ceux ayant une desserte aérienne directe avec la destination Réunion.

Autres

Les programmes d'actions présentés doivent s'inscrire dans les orientations du SDATR. Ces programmes précisent les objectifs, les moyens humains et financiers (coût total), les indicateurs de suivi et d'évaluation des opérations prévues.

b) Critères d'analyse du dossier

- adéquation des programmes d'actions annuels par rapport aux préconisations et priorités du SDATR ;
- mise en place d'une concertation préalable des acteurs du tourisme dans la mise en œuvre d'actions partenariales ;
- description de l'opportunité de chaque action (compte tenu du contexte, du marché ciblé, des retombées...).



CADRE D'INTERVENTION

FONDS FEDER

Mesure

2-09 DEVELOPPEMENT DE LA PROMOTION TOURISTIQUE

IV. Obligations spécifiques du demandeur

Les structures bénéficiaires doivent :

- Pour les programmes se déroulant sur une année civile et inscrits dans une perspective pluriannuelle, dépôt de la demande de concours pour l'année N et du bilan d'activités de l'année N-1 au plus tard le 1^{er} février de l'année N. La demande devra intégrer un plan stratégique sur 3 ans, décliné en programme opérationnel annuel dont les actions sont conformes à l'objet social du demandeur.
- disposer de compétences et moyens internes nécessaires à la mise en œuvre des actions.;
- disposer d'une comptabilité analytique et au regard de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 présenter un compte rendu financier attestant de la conformité des dépenses par rapport à la subvention dans les 6 mois suivant la fin de l'exercice pour lequel elle a été attribuée ;
- Respecter des procédures de mise en concurrence (ordonnance du 6 juin 2005 ...)
- Assurer les mesures de publicité propres aux aides européennes.
- Mentionner les financements publics lors de toute action de promotion et de communication d'une opération soutenue et insérer les logos des financeurs publics sur tous supports.

V. Informations pratiques

Lieu de dépôts des dossiers :

Conseil Régional - Direction des Affaires Economiques
Hôtel de Région – Avenue René Cassin – 97 490 Sainte-Clotilde
Sites internet : regionreunion.com et reunion europe.org

Où se renseigner : idem

Services consultés:

Néant

VI. Modalités financières

a) Modalités de gestion technique

Investissement générateur de recettes : Oui Non

Régime d'aide : Oui Non

— Préfinancement par le cofinanceur public : Oui Non



**CADRE D'INTERVENTION
FONDS FEDER**

Mesure

2-09 DEVELOPPEMENT DE LA PROMOTION TOURISTIQUE

b) Modalités financières

Taux de subvention (subvention publique versée au bénéficiaire) :

100% des dépenses publiques (60% FEDER, 40% Région)

c) Modalités relatives à la mesure / dispositif

Taux de participation des partenaires

	UE %	Etat %	Région %	Départ. %	Comm %	Aut Pub. %	Privés %
100 = Dépense pub éligible	60%		40%				
100 = Coût total éligible	54%		36%				10

d) correspondance CPER ou autres programmes contractualisés

Néant

VII. Liste des annexes (le cas échéant)

Néant