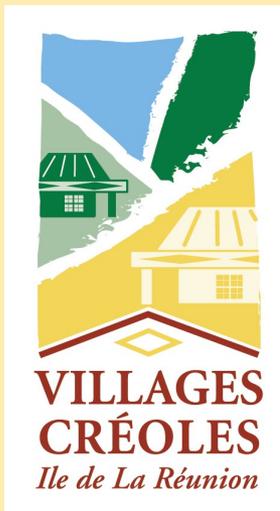
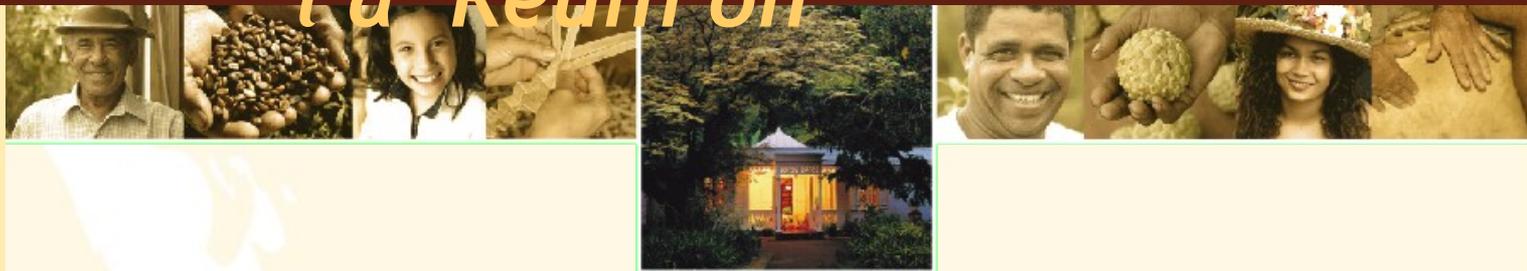


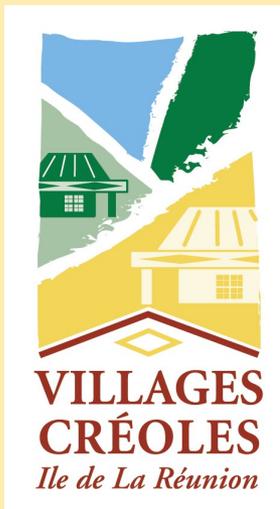
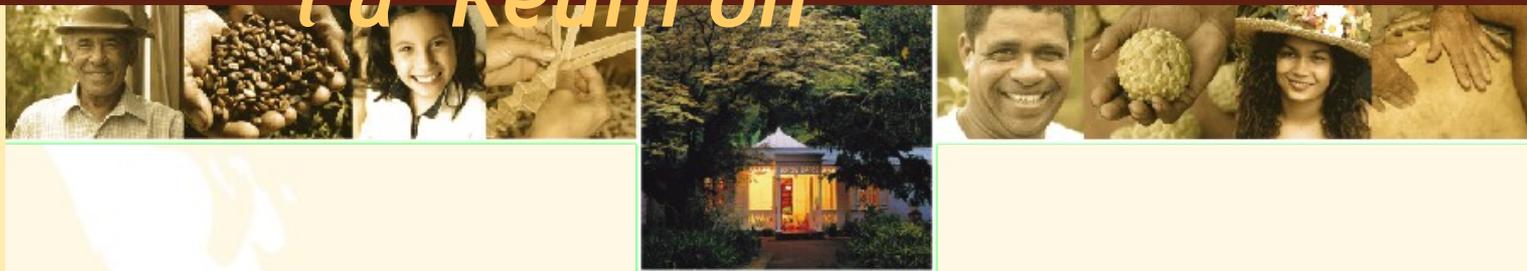
L'autre façon de découvrir l'île de La Réunion



FI TS 2008 MALI

**Villages Créoles, l'organisation d'un
réseau touristique
au service d'une démarche territoriale**
Ile Réunion Tourisme

L'autre façon de découvrir l'île de La Réunion



1. De quoi s'agit-il ?
2. ... en 2008
3. Le contexte de la démarche
4. L'objectif de la démarche
5. L'origine de la démarche et sa mise en projet
6. Les effets les plus significatifs
7. Les points clés de la démarche : qui, quoi, comment
8. Éléments d'évaluation

1. DE QUOI S'AGIT-IL ?



- Villages Créoles (ViC) a été initié en 2000 par une étude de La Maison de La Montagne et de La Mer qui a permis de définir le concept, la stratégie, le montage et l'organisation du projet.
- Ce projet s'est construit dès 2002, pas à pas **dans une « dynamique produit »** :
 - **une marque collective**
 - **un label (charte de qualité de progrès)**
 - un produit **identitaire** basé sur l'itinérance, mettant en avant des thématiques par territoire.
 - 2003, première programmation TO
 - 2004, première brochure grand public

1. DE QUOI S'AGIT-IL ?



- Il s'est structuré à partir de 2004 comme un outil d'aménagement : **définition de périmètre, du référentiel qualité portant sur l'amélioration du cadre de vie des habitants et des voyageurs**
- Son mode d'organisation s'appuie depuis 2005 sur une organisation transversale « projet » avec pour objectifs **une gouvernance de réseau axé sur le volontariat et la co-responsabilité.**

VIC = un produit, un outil d'aménagement et une gouvernance projet au service d'une démarche territoriale

2. ... EN 2008



- 1- **12 communes, 15 villages**
- 2- **115 professionnels** de l'hébergement en chambres chez l'habitant et en hôtel, de la restauration avec un accent sur la cuisine créole métissée, des professionnels du patrimoine (guide du patrimoine, musées et jardins, artisans d'art, ateliers de dégustation, etc) et des sports de nature.
- 3- Des programmations de circuits par **des TO européens** (Voyageurs du Monde, Australes Lagon, Turquoise,...), et un pass pour la clientèle réunionnaise et affinitaire (en cours)
- 4- **Des programmes de formation** sur la qualité, l'approche territoriale, le DD pour les Maisons du Tourisme, les techniciens des communes
- 5- **Des programmes d'investissement et d'assistance** pour les professionnels, les communes, les habitants et d'aide au pilotage : 25 Millions d'Euros jusqu'en 2013
- 6- **4 récompenses** : ODIT France, FITS 2008, 11/10/08, POE d'Excellence Rurale, lauréat des trophées du tourisme responsable

3. ÉLÉMENTS DU CONTEXTE



- 1- 80 % des touristes séjournent sur le littoral ouest, les retombées économiques sont trop faibles sur les Hauts de la Réunion (85% du territoire)
- 2- 40 % de chômage, qui dans les Hauts de l'île peut atteindre 70%
... des pistes de développement permettant la poli-activité ou le développement d'activités sociales favorisant le partage avec l'extérieur
- 3- Une identité culturelle vivante en voie de s'uniformiser : expression artistique créole, ...
- 4- Une prise de conscience « environnementale » des communes avec le projet de parc national et du parc marin

4. OBJECTIF DE LA DÉMARCHE



Il s'agit de répondre à une demande croissante de certaines **catégories de visiteurs et voyageurs** qui souhaitent privilégier la découverte de l'intérieur de l'île en itinérant sous forme d'un circuit ou sous forme de courts séjours en « alternance » dans les différents villages.

3- ORIGINE DE LA DÉMARCHE ET SA MISE EN PROJET



La démarche doit permettre une immersion **dans l'univers de la créolité, en** mettant en valeur les modes de vie des habitants, le patrimoine de leur quartier et la qualité de leur cadre de vie.

Elle répond bien à une attente de plus en plus forte des habitants, des élus, des professionnels de La Réunion « rurale » qui souhaitent être des acteurs privilégiés du développement touristique et social de leur territoire.

Elle les amène à être **les acteurs de ce développement et à prendre conscience de leur rôle dans cette démarche.**

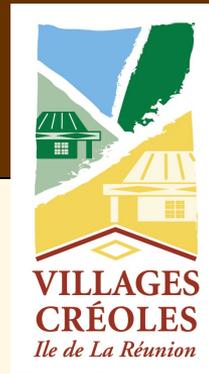
3- ORIGINE DE LA DÉMARCHE ET SA MISE EN PROJET

La démarche s'est construite à partir d'expériences conduites en métropole et notamment de l'analyse de leurs écueils.

=> Principe d'une démarche VOLONTAIRE et CONJOINTE et INDISSOCIABLE des communes, des professionnels.

=> Un Village Créole = 4 INGRÉDIENTS

- 1 commune
- Une offre structurée de qualité, portée par des professionnels
- Des relais techniques chargés d'animer le partenariat au niveau territorial
- Des habitants



3- ORIGINE DE LA DÉMARCHE ET SA MISE EN PROJET



Une ORGANISATION en conséquence :

1- La création de la Commission ViC au sein de la Maison de La Montagne et de La Mer :

- Les conditions d'adhésion,
- Les modalités du droit d'usage de la marque déposée en déc 02,
- La structure de la charte et ses critères
- Le fonctionnement et sa gouvernance

2- La constitution d'un réseau régional multi-fonctions :

- Management de l'opération (gestion des acteurs, financement, ...)
- Communication,
- Suivi de la démarche qualité,

- Consolidation produits au regard des marchés,
Recherche développement

6. LES EFFETS LES PLUS SIGNIFICATIFS



- Une acceptation de la démarche territoriale par les acteurs de l'île, l'appropriation étant plutôt réservée aux acteurs adhérents au réseau ViC qui perçoivent la valeur ajoutée d'une démarche territoriale.
- Des résultats difficiles à mesurer au regard des outils d'observation existants mais une satisfaction de plus en plus forte des acteurs du réseau autant sur l'accompagnement des acteurs que sur les retombées économiques
- Au niveau institutionnel, l'appropriation d'une démarche responsable qui se décline aujourd'hui dans d'autres opérations portées par la Région

6. LES EFFETS LES PLUS SIGNIFICATIFS



- Une approche environnementale qui mobilisent les prestataires car elle relève des pratiques « lontan » (pratiques d'il y a 30 ans), mais à condition qu'elle n'engage pas de coûts supplémentaires.
- Une approche sociale qui séduit les habitants qui ont pu être sensibilisés et soutenus dans leurs initiatives

7- LES POINTS CLÉS DE L'ANIMATION : QUI , QUOI , COMMENT



Les principes opérationnels de base

- Choix de l'organisation : une Commission au sein de la MMM plutôt qu'une association nouvelle (délégation de missions)
- Sélection des villages sur 3 grandes catégories de critères (niveau et complémentarité de l'offre, volonté politique, qualité et cadre de vie du village)
- Mobilisation des acteurs des villages, leurs partenaires pour « composer » un Village Créole
- Recherche du financement pour le lancement (cotisations communales et subventions du département)

7- LES POINTS CLÉS DE L'ANIMATION : QUI , QUOI , COMMENT



Les principes opérationnels de base

- Un engagement des communes à améliorer dans les 5 années à venir leur cadre de vie : aménager, équiper et embellir les villages
- Une implication des communes, des professionnels et d'un relais chargé de développer l'animation du village
- Une obligation des professionnels du tourisme et associations de s'engager à un accueil de qualité.

Par conséquent, UNE CHARTE EN 3 PARTIES qui s'inscrit dans une démarche de progrès et qui valorise des thématiques identitaires de villages

- pour les communes
- pour les professionnels du tourisme
- pour un partenariat public -privé avec les relais techniques des territoires

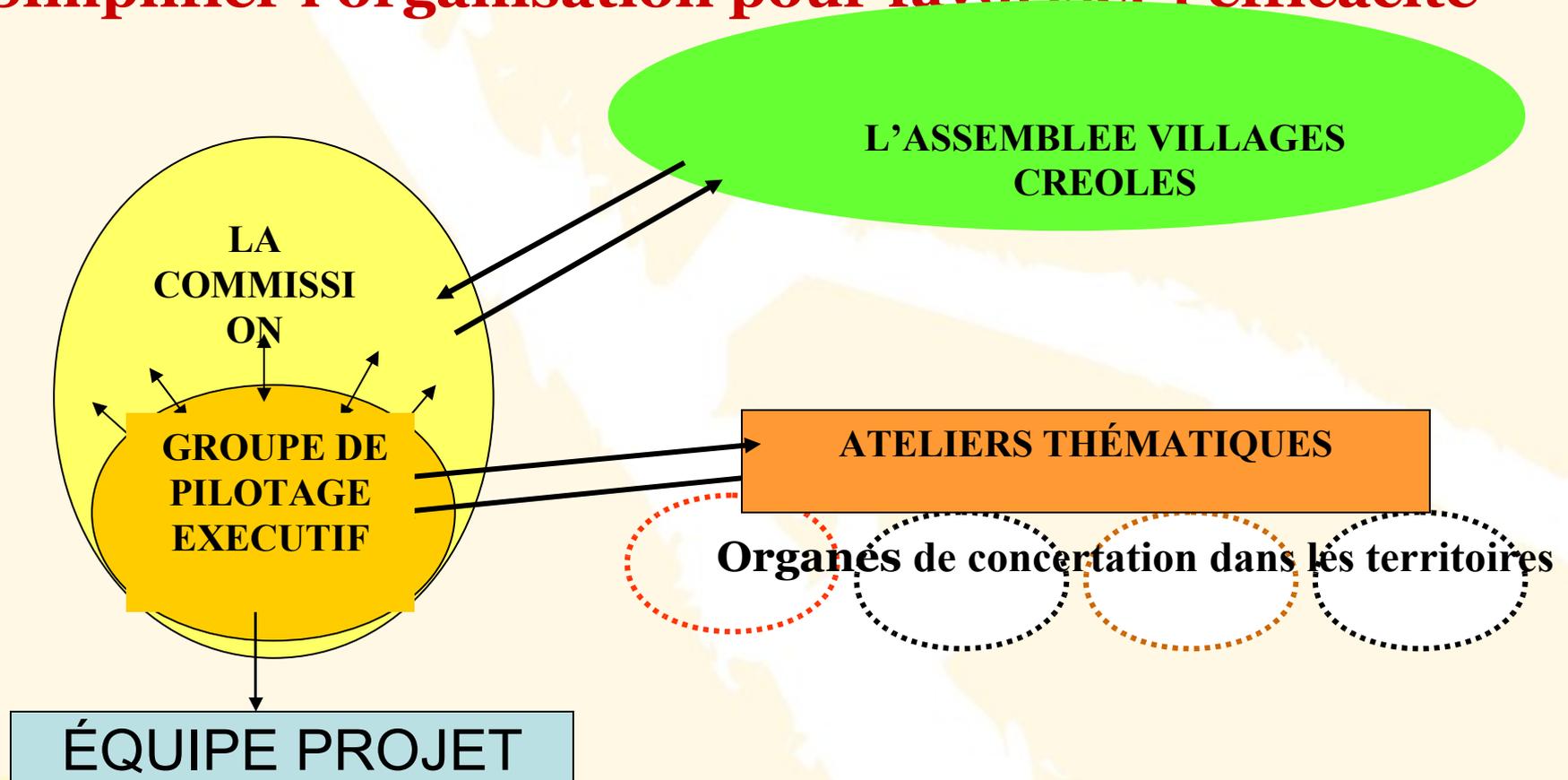
7- LES POINTS CLES DE L'ANIMATION : QUI , QUOI , COMMENT



L'adaptation de la montée en puissance

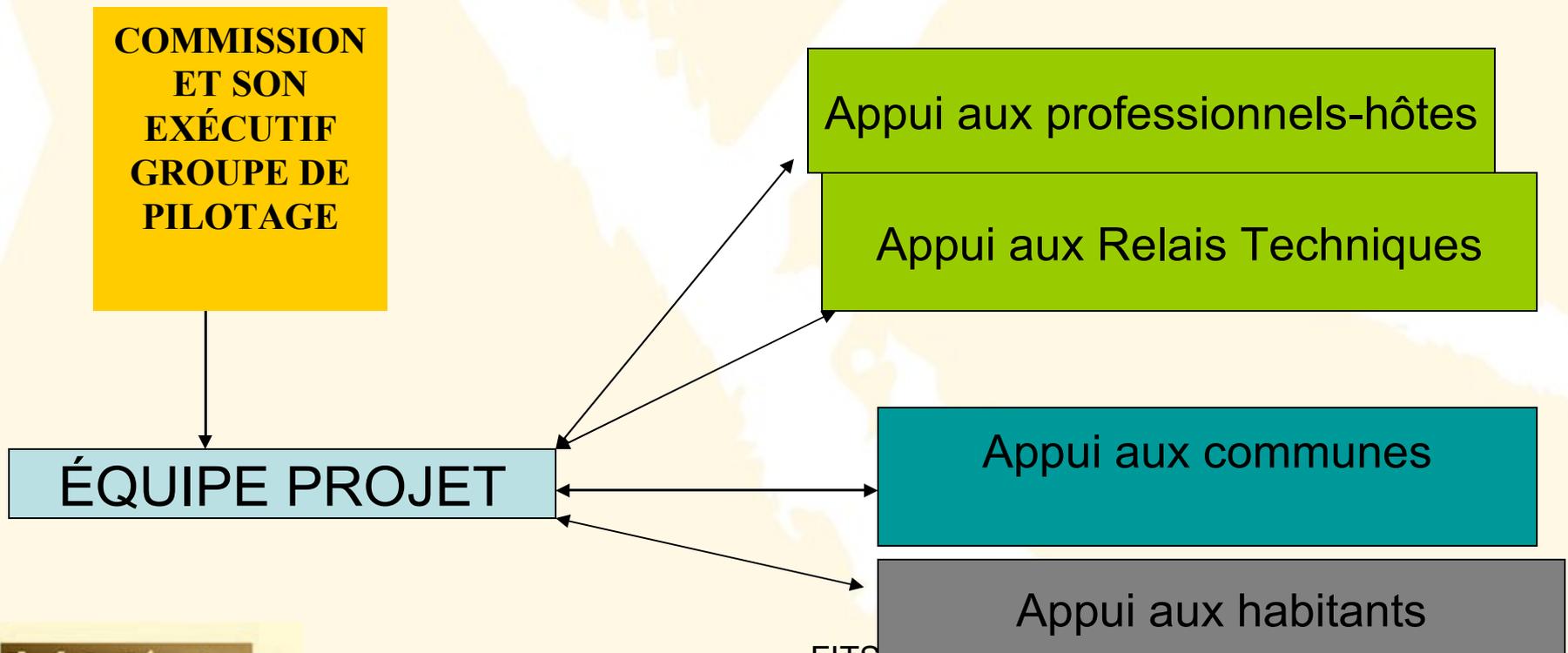
- Suite à un audit, changement de l'organisation du projet plus réactive au niveau décisionnel et plus fortement orientée vers un tourisme responsable (groupe de pilotage exécutif de la Commission)
- Un rapprochement des intercommunalités sur la dimension habitants, sur le sujet des consultations locales, etc
- Une organisation qui s'adapte aussi aux démarches d'appel à projet dans le cadre du Label Pôle d'Excellence Rurale. Le groupe de pilotage assume un rôle nouveau essentiel : propose les cadres de financement, sélectionne les projets.

Simplifier l'organisation pour favoriser l'efficacité



Simplifier l'organisation pour favoriser l'efficacité

Sa déclinaison au niveau d'un VILLAGE



7- LES POINTS CLÉS DE L'ANIMATION : QUI , QUOI , COMMENT



L'intégration aux dynamiques territoriales

- Intégration de Villages Créoles dans les Contrats Opérationnels Européens 2007-2013
 - Partie Aménagement sur la mesure Structuration des Bourgs : 17 Millions
 - Partie Aide aux professionnels du réseau sur la mesure Encouragement des activités touristiques : 5 millions
 - Partie aide au pilotage de l'opération sur la mesure Villages Créoles : 4 millions
- Développement de l'équipe projet (10 personnes) et son Intégration au comité du tourisme de la Réunion : Ile Réunion Tourisme

8. ÉLÉMENTS D'ÉVALUATION



Les atouts

- La définition de la stratégie amont (concept, marketing, organisation) et son adaptation dans la montée en puissance, tout en maintenant le cap.
- La montée en charge de la mobilisation des acteurs en corrélation à la reconnaissance et à la confiance des institutions et du secteur commercial
- Les moyens mis en œuvre pour améliorer le positionnement identitaire des villages
- La cohésion du groupe de pilotage et l'interdépendance de ses membres : une coopération avec chacun sa responsabilité
- La confiance et la complicité entre le président et le chef de projet
- Des valeurs et une gouvernance de réseau qui

8. ÉLÉMENTS D'ÉVALUATION



Les difficultés

- L'appropriation d'une démarche transversale et éco-responsable trop innovante pour des acteurs institutionnels
- La conciliation des enjeux à court terme (produit), à moyen terme (aménagement) et à long terme (appropriation par les habitants)
- Le retour sur investissement pas suffisamment visible pour les professionnels
- Le manque de formation et de moyens des relais techniques territoriaux
- Les leviers en termes de moyens et de méthode pour mobiliser les habitants : la représentativité, leur poids décisionnel par rapport à celui des professionnels, ...

8. ÉLÉMENTS D'ÉVALUATION



Les points de vigilance

- La reconnaissance du label au niveau international
Une recherche de marque ombrelle ou label international permettant de un positionnement plus affirmé de tourisme responsable valorisant une démarche territoriale identitaire
- La protection du label : nouvelles entrées, réseaux commerciaux
- Le portage de la marque par les professionnels
Ex : un argumentaire de vente pour créer l'effet réflexe, un maillage territorial plus fort
- L'amélioration de l'offre pour une meilleure différenciation du produit
- Les moyens de veille des marchés
- La gestion de l'explosion du projet en 2008-2009 puis son adaptation en 2013 à son échéance.



Plus d'informations : villagescreoles.re
Dostes : villages.creoles@wanadoo.fr



Merci ...

Et zot l'é bi envenue sur l'île de la Réunion

