Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs de Mayotte

Rapport Phase 1 – Diagnostic stratégique

Pour le compte de

Conseil Départemental de Mayotte

DÉPARTEMENT DE MAYOTTE

Horwath HTL™
Hotel, Tourism and Leisure

HB. HORIZON BLEU

Mai 2019

Introduction

Le Conseil Départemental de Mayotte a retenu le cabinet Horwath HTL pour l'élaboration du Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs de la destination Mayotte.

Filière à potentiel pour Mayotte, le tourisme revêt de nombreux enjeux d'attractivité territoriale, de valorisation et de préservation de son environnement naturel, de cohésion sociale, de création d'emplois, ...

Comme mentionné dans le cahier des charges, le produit attendu de l'étude est un document prospectif, stratégique et opérationnel qui doit constituer la feuille de route de l'action publique locale en matière de politique touristique.

Le présent document constitue le rapport de phase 1 Diagnostic stratégique.

Le diagnostic a été co-construit avec les acteurs du territoire, institutionnels et socioprofessionnels, à travers des entretiens et des ateliers territoriaux.

Riche des enseignements du diagnostic partagés en comité de pilotage le 16/05/2019, le rapport conclut avec les pistes stratégiques qui seront travaillées avec les acteurs du territoire en phase 2.

PHASE 1

Diagnostic stratégique

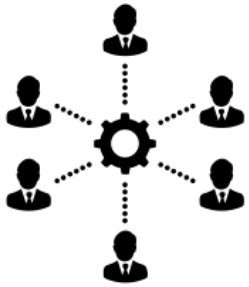
Méthodologie du diagnostic stratégique

Un diagnostic stratégique réalisé avec les acteurs du territoire

1.
Etat des lieux synthétique

- Analyse documentaire
- Visite de sites à enjeux

2.
Co-construction



- Une quinzaine d'entretiens ressources
- 5 ateliers territoriaux

3.
Mise en perspective du diagnostic
Réflexion prospective

- Travail en interne
- Recherches complémentaires

Sommaire Phase 1 – Diagnostic stratégique

1 ■ Introduction générale sur le territoire de Mayotte p. 5

1.1 Un territoire préservé et authentique
1.2 Un territoire insulaire sous pression, dont le tourisme constitue un important potentiel de développement économique
1.3 Un développement du tourisme et des loisirs qui est resté jusqu'alors confidentiel
1.4 Une accessibilité et une mobilité qui impactent le développement touristique de l'île
1.5 Le Département, la bonne échelle pour développer le tourisme

2 ■ Bilan du schéma de développement touristique précédent p. 25

3 ■ Analyse des clientèles touristiques et loisirs à Mayotte p. 41

4 ■ Analyse de l'image de la destination p. 51

5 ■ Diagnostic de l'offre et des aménagements touristiques et de loisirs p. 55

5.1 Analyse de l'offre touristique et de loisir par thématique
5.2 Analyse de l'accueil et des fonctions supports
5.3 Analyse des projets d'aménagement passés et actuels
5.4 Synthèse et enjeux sur l'offre

6 ■ Le « soft » du tourisme mahorais p. 118

6.1 Organisation des acteurs
6.2 Marketing
6.3 Financements publics
6.4 Emploi et formation
6.5 Observation et évaluation

7 ■ Mise en perspective p.157

7.1 Analyse concurrentielle
7.2 Analyse prospective

8 ■ Synthèse et enjeux p. 186

1. Introduction générale sur le territoire de Mayotte

1.1. Un territoire préservé et authentique

1.1 Un territoire préservé et authentique

Les données clés du territoire

Un territoire « à taille humaine », d'une superficie de 374 km²

Le territoire d'outre-mer le plus densément peuplé

- 256 500 habitants en 2017
- Le 6ème département le plus peuplé après Paris et 5 autres départements d'Île de France

Une destination archipel : 2 îles principales : Grande-Terre (325 km²) et Petite-Terre (18 km²) et une trentaine d'îlots non habités.

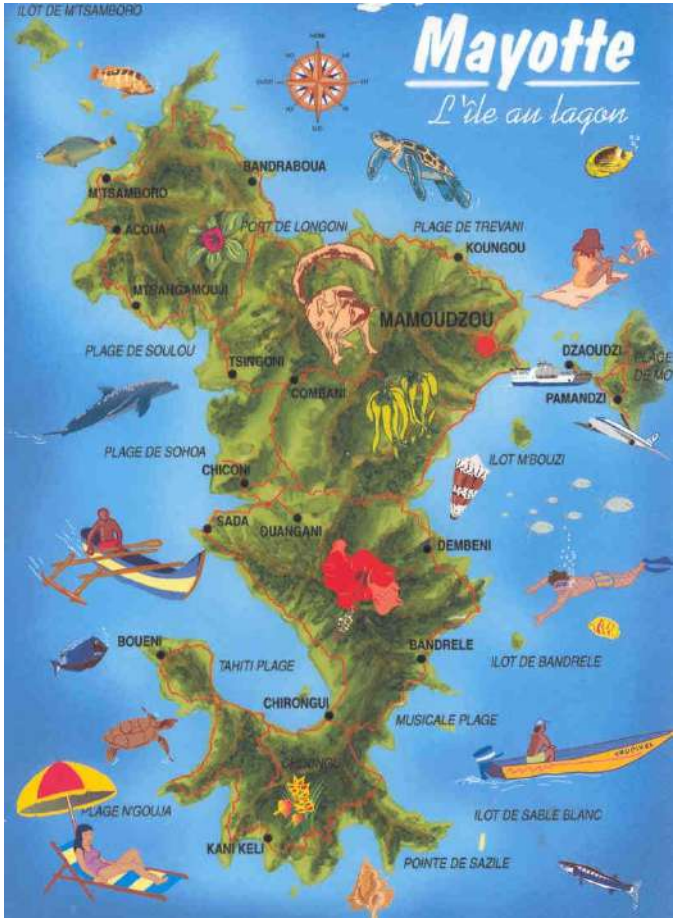
- 185 km de côte très découpée, avec des baies bordées de mangroves, des caps rocheux, des presqu'îles et anses sablonneuses
- Une double barrière récifale au cœur d'un lagon fermé de plus de 1100 km².

Mayotte, le 101ème département français depuis 2011

- Statut de Région Ultra Périphérique (RUP) de l'Union Européenne depuis 2014 → accès aux fonds européens (2014-2020).

Une faune et une flore exceptionnelles

- +650 espèces végétales indigènes
- Une faune forestière variée composée de mammifères terrestres emblématiques et d'oiseaux forestiers
- 20 000 ha de forêts (53% de l'île)



→ **Un Schéma de développement du tourisme et des loisirs qui s'inscrit dans un contexte mahorais particulier mêlant opportunités (diversité des paysages, patrimoine naturel très riche, île française et européenne…) et contraintes (rareté foncière, pression démographique, difficultés sociales…)**

1.1 Un territoire préservé et authentique

Côté mer : Le plus vaste lagon de l'océan indien, un des plus beaux du monde

Le lagon mahorais, un patrimoine marin de niveau mondial

- Plus de 1 100 km² de surface
- 270 km de récifs
- La Passe en S, le plus important site de plongée sous marine de Mayotte

Une double barrière de corail, habitée par une faune et une flore abondantes et préservées des grands prédateurs :

- 250 espèces de coraux répertoriés
- 760 espèces de poissons marins
- Une vingtaine d'espèces de mammifères marins (1/4 de la diversité mondiale)
- 2 espèces de tortues marines

Des espaces littoraux sensibles et protégés

- Premier Parc Naturel Marin (PNM) de l'océan indien et deuxième de France (statut attribué en 2010)
- 3 réserves marines d'une superficie de 36 km²
- 1 740 ha appartiennent et sont gérés par le Conservatoire du Littoral

Des paysages variés sur l'ensemble des côtes mahoraises

- Des mangroves (29 sites répartis sur 76 km) : 29% du linéaire côtier
- Des falaises : 41% du linéaire côtier (110 km)
- Des plages : 22% du linéaire côtier (58 km)

- **Le lagon mahorais est un lagon vivant dans lequel la faune et la flore s'offrent facilement à la vue des touristes**
- **Il est l'un des plus beaux et plus préservés du monde. Le développement touristique de Mayotte devra respecter ce patrimoine vivant exceptionnel**
- **Le lagon, élément phare d'attractivité, constitue le produit d'appel touristique de la destination**
- **A noter que les plages de Mayotte sont globalement moins adaptées à un tourisme balnéaire que les îles balnéaires de l'océan Indien (Seychelles, Maldives…), en raison d'un sable moins clair, de marées importantes, et d'une eau moins cristalline sur certaines plages**

1.1 Un territoire préservé et authentique

Côté terre : Des atouts naturels au fort potentiel

Un patrimoine naturel riche et varié

- Un territoire qui parait très forestier malgré la forte densité de population
- Une grande diversité d'arbres, une ambiance de forêt tropicale
- Une histoire géologique volcanique très ancienne
- Plus de 35 sites géologiques remarquables : cône strombolien de Dzaoudzi, cratère du Lac Dziani, bombes volcaniques de Moya et Hamaha, coupe géologique de Bouyouni, la coulée de vallée de Doujani, les orgues basaltiques de la plage de Soulou …
- Des zones humides

Des espaces terrestres protégés…

- La réserve naturelle de l'Îlot M'bouzi
- Six réserves forestières (5 545 ha)

… mais menacés par la pression anthropique

- Défrichement
- Pollution des rivières
- Introduction d'espèces envahissantes

- **Mayotte, une île qui est peu identifiée pour ses attraits touristiques terrestres**
- **De nombreux atouts naturels qui constituent une opportunité pour un développement écotouristique de Mayotte, qui viennent compléter et enrichir l'offre sur mer**
- **Des sites géologiques remarquables qui peuvent constituer un intérêt pour du tourisme sportif, du tourisme de découverte, du tourisme géologique, …**
- **Une mise en tourisme encore limitée de ces sites en termes de signalétique, mise en sécurité, services, …**

1.1 Un territoire préservé et authentique

Une culture riche et diversifiée

Mayotte, **située dans le canal du Mozambique**, possède **une culture d'une grande mixité**, entre influences africaines, européennes et malgaches. La religion dominante est l'Islam, empreinte d'animisme.

De **nombreuses fêtes et traditions** rythment la vie de l'île

- Des célébrations religieuses : *Moulidi, Dahira, Mawlid*
- Des danses : Le *Chigoma, le M'Biwi*
- De grandes fêtes (mariages, fiançailles, naissances, puberté)
- Des musiques traditionnelles comme le *M'godro*
- Le *Voulé* : barbecue en famille ou entre amis
- Tout au long de l'année, des événements culturels (Festival Interculturel de Mayotte, Festival du Geste et des savoir-faire), sportifs (Course de pneus, Mahoraid Colas, Tam-tam bœuf) et marins (Festival du Lagon, Festival de l'image sous-marine) sont organisés.

Une cuisine riche et savoureuse

- Des plats typiques : féliki mouhogo, kangué, batabata, mtsolola, pilao
- Variée et savoureuse mais méconnue des touristes → rarement servie dans les restaurants

Un patrimoine reconnu

- Le Musée de Mayotte – MuMa : Valorisation du patrimoine de Mayotte, obtention de l'appellation Musée de France fin 2018.
- Monuments Historiques : 5 monuments inscrits, 2 monuments classés (mosquée de Tsingoni, plus vieille mosquée en activité de France)

→ **Une culture riche qui est un atout touristique majeur pour positionner l'île, et qui peut être déclinée touristiquement sur différents sujets : gastronomie, évènementiel, …**

→ **Des traditions vivantes, des événements et animations culturelles qui peuvent favoriser les rencontres entre habitants et touristes**

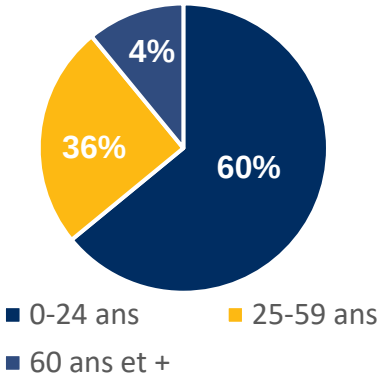
→ **Un patrimoine présentant un fort potentiel de découverte pour un public spécialisé ou le grand public**

1.2. Un territoire insulaire sous pression, dont le tourisme constitue un important potentiel de développement économique

1.2 Un territoire insulaire sous pression, dont le tourisme constitue un important potentiel de développement économique

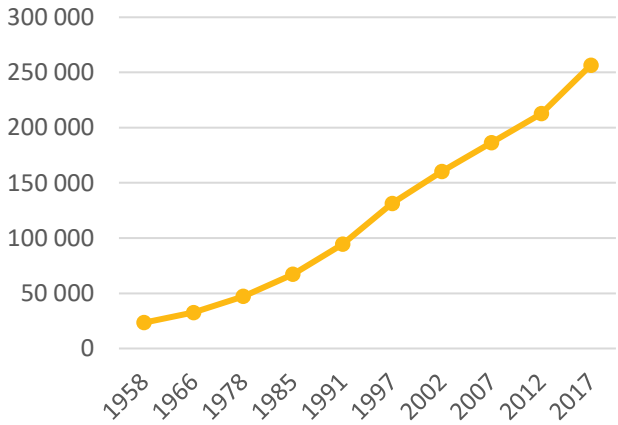
Pression démographique et environnementale : Une population très jeune et en forte augmentation, concentrée dans le Nord-Est

Estimation de la population à Mayotte en 2019



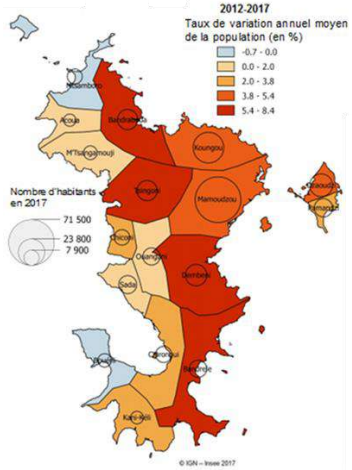
- Une population très jeune : en 2019, selon les estimations de l'Insee, 3 habitants sur 5 auraient moins de 25 ans.

Évolution de la population à Mayotte



- 256 500 habitants officiellement en 2017 (environ 400 000 officieusement en tenant compte de la population immigrée)
- Forte croissance de la population depuis les années 1980 → multipliée par 2 depuis 20 ans (+3,8% par an en 2012-2017).
- 690 habitants au km² (6ème département français le plus peuplé).

Taux de variation de la population



- Une concentration de la population au Nord-Est du territoire (52%) : Mamoudzou (71 400 habitants), Koungou (32 200) et dans la Petite-Terre (29 200).
- Une croissance de la population forte sur la côte Est au sud de Mamoudzou et sur le secteur de Tsingoni

→ **Des caractéristiques démographiques qui révèlent le fort enjeu autour du développement de loisirs à destination des familles et des jeunes mahorais, et qui pourront également cibler les touristes, bien que les préférences soient parfois différentes**

→ **Une pression démographique source de pression environnementale (défrichement, problèmes d'assainissement, pollution des rivières et du lagon…)**

Source : Insee, recensements de la population

1.2 Un territoire insulaire sous pression, dont le tourisme constitue un important potentiel de développement économique

Pression économique et sociale : Une population touchée par des difficultés sociales

- Un niveau de vie en hausse mais qui reste inférieur à la moyenne nationale.
- 4 ménages sur 10 vivent encore dans un logement en tôle ou en végétal, et 3 sur 10 n'ont pas l'eau courante
- La moitié de la population ne possède pas la nationalité française, et une grande partie de la population a des difficultés avec la langue française
- Un coût du travail semblable à la métropole, ce qui freine le développement de projets dans un contexte concurrentiel touristique international

→ **Une main d'œuvre jeune et disponible, mais un taux de chômage élevé en raison de la faiblesse du tissu économique local et de problèmes de formation**

→ **Enjeu de faire du tourisme un levier de développement économique et d'insertion pour la population locale**

PIB/Hab

3,5 fois inférieur à la moyenne nationale

Taux de chômage
35 % en 2018 (+5%)

Grande difficulté à l'écrit
58%* en 2012
** population en âge de travailler (16-34 ans)*

Sans diplôme qualifiant
71%

Pouvoir d'achat

+3,4% (2016)

Hausse de la rémunération des ménages (+9,2%), portée par la hausse des rémunérations versées par les administrations publiques (+11% prestations sociales)

1.2 Un territoire insulaire sous pression, dont le tourisme constitue un important potentiel de développement économique

→ Une situation qui a des impacts sur le potentiel de développement touristique de Mayotte

Une problématique de qualité d'accueil

→ Maîtrise du français, qualité du service…

Des problèmes d'insécurité

→ Réel frein pour le tourisme, un frein à lever…

Une problématique de propreté

→ Traitement des eaux et des déchets, qualité sanitaire et impact visuel

Pression foncière

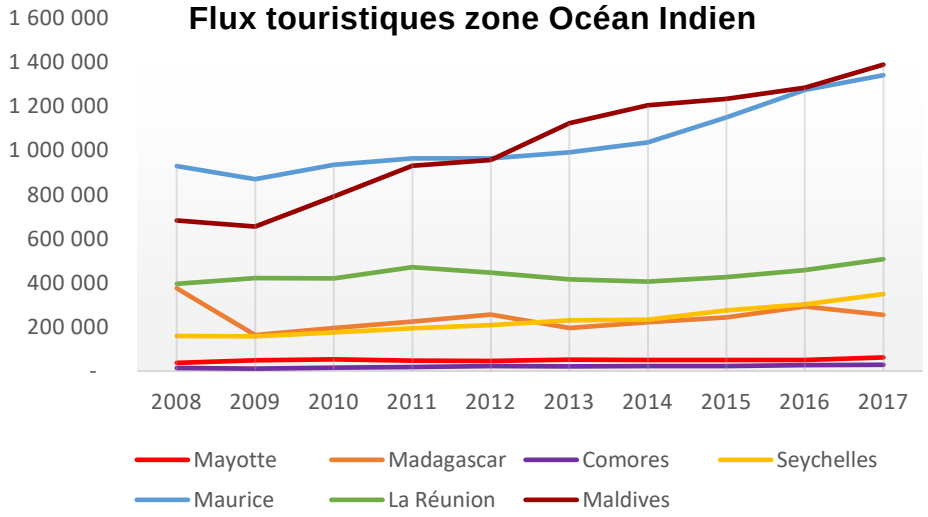
→ Frein aux projets de construction

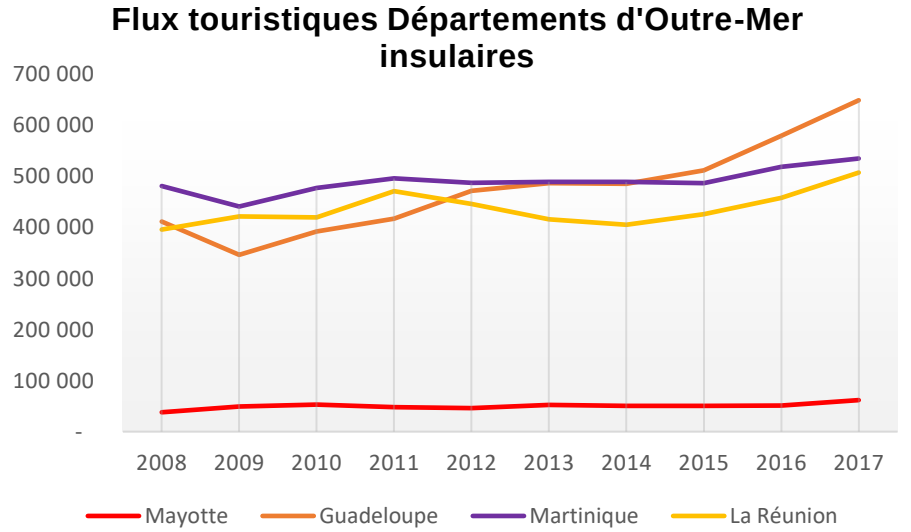
- **Ces problématiques constituent des freins majeurs au développement du tourisme à Mayotte.**
- **En particulier, l'insécurité qui grandit à Mayotte depuis une dizaine d'années et qui touche les touristes, est à combattre au risque de condamner le développement d'un tourisme d'agrément sur l'île.**

1.3. Un développement du tourisme et des loisirs qui est resté jusqu'alors confidentiel

1.3 Un développement du tourisme et des loisirs qui est resté jusqu'alors confidentiel

Une destination hors catégorie des destinations internationales





- Mayotte est l'île la moins fréquentée de la zone Sud Ouest de l'Océan Indien après les Comores : 61 800 touristes en 2017, vs 1,39M aux Maldives, 1,34M à Maurice, 500 000 à la Réunion, 350 000 aux Seychelles, 255 000 à Madagascar
- Sa fréquentation était stable depuis 2009, jusqu'au bond à 61 800 touristes en 2017 grâce aux lignes aériennes directes avec Paris. Sur la même période d'autres destinations ont vu leur fréquentation doubler (Maldives, Seychelles).

- Au niveau des départements et régions d'Outre-Mer à caractère insulaire, Mayotte est très en-dessous des autres territoires qui accueillent près de 10 fois plus de touristes.
- Une concurrence très forte des autres destinations plus connues, un travail important sur la notoriété de l'île est à faire.

→ Une destination qui ne peut se comparer aux destinations voisines ou aux autres destinations d'Outre Mer, qui disposent d'une notoriété internationale, d'une offre touristique développée, d'une vraie profondeur de gamme, d'une bonne accessibilité aérienne internationale avec notamment des liaisons low-cost, d'une forte intégration dans les produits touristiques des tour operateur, etc…

→ **Mayotte ne souhaite pas se positionner sur le tourisme de masse et ne le peut pas dans les conditions actuelles.**

1.3 Un développement du tourisme et des loisirs qui est resté jusqu'alors confidentiel

Une destination confidentielle et affinitaire → les principaux indicateurs

2 à 4% du PIB (2015)

Un poids limité du tourisme dans l'économie mahoraise

1 032 lits (2015)
44 établissements (2015)

Qualité et quantité de l'offre d'hébergement touristique insuffisantes (pour l'agrément et l'affaire)

Aucune chaîne hôtelière

Les chaînes hôtelières, véritables réseaux, sont sources de communication et d'apport de clientèles

1 seule compagnie aérienne

Prix moyen = 860€ depuis Paris
Des frais de transports aériens élevés et de rares liaisons directes avec Paris

69% de touristes affinitaires

7 touristes sur 10 viennent à Mayotte pour rendre visite à leurs proches

Un panier moyen limité

12€/jour pour le touriste affinitaire, 26€ pour celui d'agrément

Peu identifiée par les TO

La capacité hôtelière limitée de l'île constitue un frein au développement de séjours pour les tours opérateurs.

Une destination peu connue à l'international

Seulement 4% des touristes viennent de l'international (2017). 57% sont métropolitains, 39% sont réunionnais.

- → **Une destination qui est encore à construire, sur l'ensemble de ses bases : accessibilité, hébergements, activités, restauration, services support…**
- → **Une ambition et un positionnement touristiques à déterminer, qui tiennent compte des spécificités de l'île et qui soient un levier pour l'attractivité générale de l'île**

1.4. Une accessibilité et une mobilité qui impactent le développement touristique de l'île

1.4 Une accessibilité et une mobilité qui impactent le développement touristique de l'île

Une fréquentation touristique très dépendante de l'accessibilité aérienne, encore limitée

- Un **aéroport international** (Dzaoudzi-Pamandzi), à Petite Terre, pouvant accueillir 600 000 passagers /an.
- Une piste courte (1 930m) qui accueille quelques gros porteurs mais qui contrait les vols long-courriers (les liaisons directes Mayotte – Métropole devant effectuer un ravitaillement à Nairobi)
- **15 destinations desservies**, dont **10 par vol direct** (cf. illustration)
- **6 compagnies aériennes :** Air Austral, Air Madagascar, AB Aviation, Ewa Air, Kenya Airways et Inter'Air Iles
- **Compagnies ayant abandonné la route France-Mayotte** : Corsair en septembre 2018 (développement de l'activité de la compagnie en Afrique de l'Ouest) et XL Airways en février 2019 (suspension des droits de trafic)
- **Ligne directe Paris – Mayotte d'Air Austral depuis 2016**, avec **4 vols par semaine** (5 vols en haute saison). 133 804 passagers transportés en 2 ans → **taux d'occupation moyen de 90%.**
- **Des vols quotidiens La Réunion – Mayotte,** assurés par Air Austral, en situation de monopole sur cette ligne (tarifs élevés). 2 vols low-cost hebdomadaires par Corsair de janvier 2017 à septembre 2019 mais arrêtés.

Destinations	Temps de vol	Fréquence
Paris - CDG	10h	4 par semaine
Saint Denis (La Réunion)	2h10	7 par semaine
Nairobi (Kenya)	2h30	4 par semaine
Tananarive (Madagascar)	1h10	3 par semaine

Source : Aéroport de Mayotte – Bulletin d'information des vols (février 2019)

1.4 Une accessibilité et une mobilité qui impactent le développement touristique de l'île

Une fréquentation touristique très dépendante de l'accessibilité aérienne, encore limitée

- L'ouverture de la ligne directe Paris-Mayotte a eu un impact significatif sur la fréquentation touristique (+21% de touristes en 2017)
- **Un niveau de fréquentation touristique qui semble pouvoir s'accroitre en fonction de l'accessibilité de la destination, sous réserve de disposer des offres d'accueil adéquates**
- **Une accessibilité limitée depuis le marché métropolitain, très limitée depuis les grands marchés émetteurs que sont l'Europe, l'Amérique du Nord, et l'Asie** → un frein important par rapport aux autres destinations de la zone Océan Indien
- **Une forte dépendance au marché français et à la compagnie Air Austral,** conduisant à des tarifs de billets d'avion relativement élevés.
- **Des opportunités de développement possibles** en se basant sur les connexions possibles depuis La Réunion et Nairobi, plus grand hub aérien de l'Est Africain (développement de produits combinés pour des clientèles spécialisées ou le grand public).
- Une volonté du Département de mettre un terme au monopole d'Air Austral, et de réunir les conditions nécessaires à l'accueil d'autres compagnies aériennes.
- Une négociation à envisager avec Air Austral pour sécuriser la desserte de Mayotte, réduire le prix des billets, et développer les flux avec la Métropole

1.4 Une accessibilité et une mobilité qui impactent le développement touristique de l'île

La barge, un passage obligé pour les touristes à Mayotte

Transport maritime

- **Barge et amphidrome (service du Département)** : Ils permettent de circuler entre Petite-Terre et Grande-Terre. La traversée dure 15 minutes, avec des départs réguliers toutes les 30 minutes en journée et toutes les heures la nuit (jusqu'à 00h30 en semaine, 3h00 le week-end). 2 nouveaux amphidromes ont été mis en service en 2016 et 2017.

- Mais la barge ne peut accueillir des bus de plus de 30 places, contraignant fortement le développement de la clientèle de groupe.

- Un projet de barge entre Petite-Terre et le sud de Grande Terre est en cours d'étude.

	Type de transport	Tarif (A/R)
Piéton	Barge	0,75€
Deux-roues	Barge	2-3€
Voiture	Amphidrome	15€
Utilitaire et camion	Amphidrome	30 à 122€

→ **La barge, plus qu'un moyen de transport, est un véritable emblème de Mayotte. Une scénographie pourrait être envisagée pour la valoriser.**

→ **Une réflexion est à porter sur les moyens de transporter des groupes.**

1.4 Une accessibilité et une mobilité qui impactent le développement touristique de l'île

Une mobilité quasi exclusivement automobile sur l'île

Mobilité sur Grande Terre et Petite Terre

- La voiture de location est le principal moyen de déplacement des touristes à Mayotte (disponible à l'aéroport ou à Mamoudzou)
- La trame viaire permet de parcourir facilement l'ensemble de l'île, mais certaines routes sont en mauvais état et le trafic pour rejoindre ou quitter Mamoudzou aux heures de pointe peut fortement rallonger les temps de trajet
- L'aménagement de zones de contournement de Mamoudzou est en réflexion pour réduire les temps de trajet.
- Les transports en communs restent trop peu développés pour qu'ils soient pertinents pour des usages touristiques; ils ne permettent pas de réduire suffisamment la congestion automobile.
- Le projet de Bus à Haut Niveau de Service sur le territoire de la CADEMA devrait améliorer la situation.
- 2 services de taxis sont opérationnels, mais l'offre est peu adaptée aux usages touristiques :
    - Taxis collectifs ou taxi-ville (Petite-Terre et Mamoudzou) : partage de la course entre plusieurs personnes pour des trajets en ville
    - Taxi-brousse (Grande Terre) : mini-bus – taxi en zone rurale, au départ de Mamoudzou vers les extrémités de Grande-Terre. Les horaires sont aléatoires et les départs peu nombreux. Le stop est également très pratiqué en Grande-Terre.

→ **Le moyen de transport le plus flexible reste la voiture (location), ne participant pas à l'image d'une destination écotouristique (sauf à imaginer des véhicules propres).**

→ **Développer les transports en communs sur les principaux axes profiterait à la fois à la population locale et aux les touristes.**

1.5. Le département : la bonne échelle pour développer le tourisme

1.5 Le Département : la bonne échelle pour développer le tourisme

Un Département-Région « chef d'orchestre » du développement de Mayotte

Le Département est l'acteur légitime pour porter le développement touristique de l'île, en collaboration avec ses partenaires, pour de multiples raisons :

- Le Département est la seule collectivité historiquement structurée sur le territoire. La structuration du territoire en intercommunalités est récente; l'intercommunalité du nord n'étant pas encore constituée.
- Le Département fait également office de Région, chef de file du développement économique sur le territoire, en partenariat avec les chambres consulaires et l'Agence de Développement et d'innovation de Mayotte (ADIM).
- Le Département perçoit les financements Etat et Europe, et est garant de la bonne utilisation de ces financements.
- Le Département est à l'échelle de territoire cohérente, la destination touristique correspondant à l'ensemble du territoire de Mayotte.
- Le Département finance la promotion de la destination à travers sa subvention versée au Comité Départemental du tourisme (CDTM), qui met en œuvre un plan d'actions pour promouvoir l'île au lagon à l'extérieur.
- Le Département est compétent sur de nombreux secteurs liés au tourisme, dont la mobilité (gestionnaire de la barge, aménageur de la voirie départementale…), la formation, aides régionales directes et indirectes aux projets, …

Une collaboration étroite se structure entre le Département et les EPCI (et leurs OT) afin que les EPCI exercent pleinement leur compétence sur le tourisme et que le Département se place en stratège et garant de la cohérence des actions mises en œuvre.

2. Bilan du schéma de développement et d'aménagement du tourisme précédent (2007)

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Rappel de la stratégie adoptée en 2007

Les principes pour le développement équilibré :

- Produit d'appel de Mayotte : le lagon
- Produit touristique prioritaire : tourisme nature
- Préservation de ce qui fait la particularité de Mayotte (nature, espace maritime, authenticité)
- Sensibilisation de la population au développement touristique
- Objectif du nombre de touristes : 120-150 000 touristes / an
- Développement de l'hébergement hôtelier selon les normes internationales
- Limitation de la construction des grosses unités hôtelières
- Amélioration des liaisons aériennes
- Construction d'une nouvelle piste et d'un aéroport aux normes internationales
- Assainissement
- Développement touristique et des loisirs à destination aussi des habitants de Mayotte

Le parti d'aménagement à long terme :

- Aménager une piste longue
- Développer un pôle touristique à Bouéni et à M'Tsamboro
- Planifier des secteurs à développer : définition des territoires touristiques
- Protéger et mettre en valeur le lagon, les réserves forestières…
- Assainir Mayotte dans un souci de protection du lagon
- Consolider les équipements et activités touristiques existants
- Développer l'hébergement hôtelier en le diversifiant
- Créer des pôles économiques et administratifs dans le Nord et dans le Sud (logique d'équilibre du territoire)
- Renforcer le rôle de chef-lieu de Mamoudzou (stratégie d'urbanisme, image d'une ville vivante, propre…)
- Améliorer le réseau routier, inciter à la pratique du vélo
- Aménager les plages pour le confort des usagers
- Développer les transports maritimes de personnes

→ Une forte préoccupation pour la **préservation de la nature, de l'espace maritime et de l'authenticité du territoire, le rééquilibre du territoire et le désengorgement de Mamoudzou**

→ Une identification des **freins au développement touristique de Mayotte**

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Rappel de la stratégie adoptée en 2007

- En 2005, le Schéma proposait un positionnement pertinent, en mettant en avant :
  - Le **lagon** en tant qu'attraction principale de Mayotte, le produit d'appel aux touristes
  - Le **tourisme de nature** comme filière touristique prioritaire
  - Le patrimoine naturel, historique, culturel, industriel et géologique vient compléter l'attraction principale afin d'offrir au touriste une **expérience complète**
- Un schéma qui a permis d'accompagner la création du **Parc naturel marin de Mayotte** et l'ouverture d'un **nouveau terminal** pour l'aéroport de Dzaoudzi-Pamandzi
- Mais un objectif de fréquentation très/trop ambitieux : une croissance des flux touristiques prévue entre 200-275% (**120 000 / 150 000 visiteurs**) à l'horizon 2020, ce qui n'a pas été atteint.
- Une stratégie tournée vers les **touristes extérieurs.** La cible population locale (mahorais, fonctionnaires métropolitains) était en mineur.

Dans les pages suivantes, nous analysons la mise en œuvre et le résultat de chacune des 35 actions du Schéma de 2005, selon la légende suivante :

Une stratégie touristique organisée en 6 axes

- **Protection de l'environnement**
- **Mise en valeur de la culture et du patrimoine**
- **Développement d'un tourisme équilibré / Structuration et aménagement du territoire**
- **Animation / Coordination des acteurs**
- **Image et communication / Plan marketing cohérent**
- **Formation et sensibilisation de la population**

Action mise en œuvre, qui a produit les résultats escomptés	Action mise en œuvre, mais dont les résultats sont mitigés / partiels	Action partiellement mise en œuvre	Action non mise en œuvre

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Aménagement d'équipements structurants	1. Aménagement d'un complexe aéroportuaire à Dzaoudzi-Pamandzi	Aménagement de l'aérogare : réalisé en 2014 Allongement de la piste : étude en cours (allongement en priorité sur sa partie terrestre).	Etat / Département	Difficultés techniques et environnementales et difficulté à obtenir des financements de l'Etat et de l'UE. Projet d'extension de la piste n'a pas été inscrit à la DSP de 2011. Le projet ne pourrait se réaliser qu'à partir de 2026, après la fin de la DSP actuelle.	L'extension de la piste ou la création d'une autre piste améliorerait l'accessibilité aérienne de Mayotte. Elle permettrait l'ouverture à d'autres compagnies aériennes, et par conséquent la réduction du prix des billets d'avion. L'impact de la ligne directe Paris-Mayotte sur la fréquentation touristique démontre l'importance des nouvelles lignes pour la fréquentation touristique.
	2. Aménagement de deux gares maritimes (liaison entre l'aéroport et Mamoudzou par des "navettes maritimes")	Etudes de faisabilité en cours	Département	Réaménagement des ports existants en 2011 : réorganisation et installation de nouveaux mouillages et pontons de plaisance accueillant la pêche artisanale, les centres de plongée et opérateurs nautiques, mais la liaison entre Petite Terre et Grande Terre reste insatisfaisante (port éloigné de l'aéroport, besoin de taxis, pas de fluidité). Qualité d'accueil des croisières jugée mauvaise.	Mise en place d'un second ponton pour l'accueil des croisiéristes à Mamoudzou (projet de réaménagement du grand marché littoral) : impact positif sur le nombre de paquebots (de 1026 croisiéristes en 2013 à 3700 en 2017), mais accueil jugé insatisfaisant de la part des croisiéristes.

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Aménagement d'équipements structurants	3. Aménagement de voiries existantes : - Reprise du corps de chaussée sur les axes les plus fréquentés ; - Sécurisation des grands axes (cheminement piéton) ; - Aménagements des voies du Sud (Chirongui / Bouéni et Chirongui / Sada) - Déviation de la RN1 entre Port de Longoni et Mamoudzou (traversée de Koungou) - Désenclavement des zones intérieures susceptibles d'accueillir des structures touristiques / de loisirs	Partiellement réalisé	Département	L'État augmentera son effort d'entretien des routes nationales, le passant de 5 à 7 millions d'euros, et participera au financement de l'entretien des routes départementales pour un montant de 9,3 millions d'euros sur la période 2018-2020.	La croissance du trafic automobile s'est accentuée et la qualité et la sécurité de la voirie reste à améliorer. De nombreux sites restent difficilement accessibles.
	4. Etude projet urbain façade littorale de Mamoudzou	Etude en cours	Ville de Mamoudzou	Gouvernance entre les acteurs, accord entre le Département et la ville de Mamoudzou Accès aux fonds européens grâce au statut de RUP Projet porté par différents acteurs dont la CCI.	Volonté de créer une promenade entre la pointe Mahabu et l'arrivée de l'embarcadère, et de développer potentiellement un lieu d'interprétation du lagon dans une phase ultérieure.
	5. Aménagement du port de plaisance de Mamoudzou - Création d'une marina permettant le développement d'activités économiques liées à l'équipement portuaire et l'aménagement du littoral de la ville	Des pontons ont été réalisés et sont gérés par la CCI, mais des marges de progrès existent	Département		Un potentiel sur la plaisance qui est à développer

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Aménagement d'équipements structurants	6. Aménagement de pontons : - Musical Plage (Bandrélé) - Majiméouni (Bouéni) - Baie de M'Tsamboro (ponton intégré au projet d'hôtel)	Musical Plage : en cours. Majiméouni : à vérifier. M'Tsamboro : pas réalisé	Département	Problématique de portage des actions	Le seul projet en cours (celui de Musical Plage à Bandrélé) s'inscrit dans le plan pluriannuel d'investissement de la commune de Bandrélé, qui a bénéficié d'un emprunt auprès de l'AFD Mayotte.
	7. Création de liaisons maritimes : - Dzaoutzi/M'Tsamboro (intégré au projet d'hôtel) - Dzaoutzi/Longoni ou Pointe de Koungou (pour desservir le projet hôtelier de la Pointe de Koungou) - Dzaoutzi/Baie de Boueni pour le développement du Sud (un ponton est déjà prévu à Hanyoundrou) - Dzaoutzi/Anse des Bambos pour la côte Sud-Est Organisation d'un réseau de transports maritimes	Pas réalisé	Département	Projets hôteliers qui ne sont pas aboutis à M'Tsamboro et Pointe de Koungou Difficulté à attirer des investissements Difficulté à trouver des opérateurs	Globalement, le chantier des pontons et des liaisons maritimes, qui semble pertinent pour contourner les problèmes de la route, reste donc à mettre en œuvre.

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Aménagement d'équipements structurants	8. Aménagement de pôles de mouillages	Réalisé	Etat / Département	Investissements et aménagements légers. Réalisation d'une cartographie des pôles de mouillage par le Parc naturel marin de Mayotte et des travaux à Mamoudzou et Dzouadzi.	Les actions à faible coût sont plus facilement mises en œuvre. Besoin de prioriser les actions simples, compatibles avec les moyens des collectivités territoriales.
	9. Aménagement de centres administratifs et économiques - centre sur la commune de Chirongui et un centre sur la commune de Bandraboua	Pas réalisé	Département		
Aménagement de sites touristiques	10. Aménagement de plages	Quelques aménagements ont été réalisés	Département	Actions portées à l'échelle locale, pas de cohérence à l'échelle départementale	Globalement, les plages sont peu ou pas aménagées (accès depuis la route, parking, toilettes, kiosques…)
	11. Aménagement des sites de points de vue	Quelques aménagements ont été réalisés (Mont Choungui)	Département	Budget élevé - prévision de 50 points de vue à aménager	
	12. Aménagement d'espaces de loisirs en milieu naturel (ex. aires de pique-nique ou de détente, parkings, farés, barbecues, poubelles, signalétique, toilettes)	Quelques aménagements ont été réalisés (Bandrélé, Petite Terre, Kani-Kéli)	Département	Actions isolées menées par les communes ou les CC Forte difficulté à avoir des financements (pas une priorité)	Pas de CDESI à Mayotte : plus grande difficulté à accéder aux financements nationaux pour aménager les espaces de pleine nature

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Trame viaire, sentiers de randonnées et espaces publics	13. Réaménagement de circuits de randonnées existants et création de nouveaux sentiers	En cours. Les circuits de randonnée restent globalement peu aménagés et sécurisés	Etude : Comité du Tourisme de Mayotte Mise en œuvre : Département	Perte du label GR. Etude réalisée par l'ONF en 2017 avec des recommandations d'aménagement et de sécurisation des sentiers existants.	Besoin d'aménager et de sécuriser les sentiers de randonnée afin de permettre la mise en tourisme de l'activité, à travers un PDIR notamment
	14. Aménagement de jardins botaniques : - Rendre le jardin botanique de Coconi plus attractif aux touristes - Projet d'un nouveau jardin botanique à Bouéni, dans la future zone touristique	Pas réalisé	Département	Action pas portée	Plus globalement, la thématique du parfum reste à exploiter.
Amélioration de la qualité de l'offre et de la professionnalisation des acteurs	15. Etude d'une chartre d'architecture et d'urbanisme pour les constructions à caractère touristique	Pas réalisé	Comité du Tourisme de Mayotte	Action pas portée	La chartre architecturale aurait pour but de guider les nouvelles constructions sur l'île, afin de donner une cohérence aux futurs projets hôteliers. Malgré le faible coût prévu dans le schéma (50 000 €), l'action n'a pas été mise en œuvre.

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Amélioration de la qualité de l'offre et de la professionnalisation des acteurs	16. Formation des hommes - Initier le regroupement des professionnels par métier et susciter l'échange d'information régulier entres eux - Développer des programmes de formation sous les thématiques suivantes : > accueil > connaissance des marchés et des attentes de la clientèle > connaissance du patrimoine régional (naturel, culinaire, bâti, culturel) > communication > marketing	Réalisé, mais la formation dans les métiers du tourisme reste un enjeu majeur	Comité du Tourisme de Mayotte Etat Département	Nombreuses aides financières pour le développement de la formation. Identification du tourisme comme une "filière porteuse" de l'économie mahoraise dans le SRDEEF 2010 (action prioritaire).	Ouverture du Lycée polyvalent de Kawéni, avec des formations professionnelles en hôtellerie et restauration (bac pro, BTS).
	17. Renforcement des structures existantes dans le domaine des loisirs sportifs	Réalisé	Comité du Tourisme de Mayotte	Aides financières adaptées au renforcement et au développement de ces activités sur plusieurs sites de l'île.	Plutôt équipements publics sportifs que des structures de loisirs ouvertes à tous.
Assistance aux porteurs de projets	18. Mise en place d'un bureau d'assistance aux porteurs de projets touristiques et de loisirs - Faciliter les démarches administratives	Réalisé, mais les acteurs privés font encore face à une multitude de guichets	Département	Contributions du Département et de la CCI (financements, personnel et locaux). Mais le cadre n'est pas perçu comme clair par les porteurs de projet privés (ne connaissent pas la division des compétences, absence de guichet central pour les subventions, ...).	Plus de clarté dans la mise en œuvre des actions, plus de communication et transparence. Eviter le millefeuille administratif.

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Protection de l'environnement	19. Création d'un parc naturel marin	Réalisé	Etat / Département	Prise en main par l'Etat / préfecture. Forte détermination politique (création en moins de 4 ans).	La concentration de l'initiative / décision dans une seule instance permet de concrétiser rapidement les actions proposées.
Patrimoine et culture	20. Aide aux associations - Sensibilisation de la population - Préservation du patrimoine sur toutes ses formes - Organisation de débats sur le développement - Développement de la culture	Réalisé	Etat / Département		Les associations locales et la population sont captifs sur ces sujets.
	21. Recensement des sites de patrimoine	Réalisé	Comité du Tourisme de Mayotte	Compétence de la Direction des affaires culturelles (liée au Ministère de la Culture). Pas de financements prévus dans le schéma de 2006	Le travail de recensement est un préalable à la valorisation de ces sites. (cf. action suivante)
	22. Mise en valeur et préservation des sites de patrimoine	Partiellement réalisé : participation aux Journées Européennes du Patrimoine et la Nuit européenne des musées.	Département	Compétence de la Direction des affaires culturelles (liée au Ministère de la Culture).	Outre des évènements, peu de sites ont fait l'objet d'une politique d'ouverture globale avec des aménagements et des actions de valorisation.

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Patrimoine et culture	23. Réhabilitation des musées existants - Ecomusée du sel (Bandrélé) - Ecomusée de la vanille et de l'Ylang-Ylang (Sada)	Pas réalisé	Conseil Départemental de Mayotte Commune concernée	Pas de maîtrise du foncier (Sada).	Le musée à Sada a fermé ses portes en 2014. Choix de concentrer les investissements sur le MUMA?
	24. Création d'un écomusée de l'habitat à Bandrélé	Pas réalisé	Conseil Départemental de Mayotte Commune concernée	Problèmes de gouvernance.	Projet abandonné par les autorités compétentes.
	25. Création d'une maison du lagon à Bouéni ou Mamoudzou - Aquarium marin - Centre de documentation	Etude en cours, intégrée à l'étude sur le front de mer de Mamoudzou	Conseil Départemental de Mayotte assisté du Comité du Tourisme	L'action était déjà étudiée par le Conseil Départemental avant le schéma.	Equipement de découverte du lagon prévu en tranche conditionnelle dans le projet de revitalisation du front de mer de Mamoudzou
	26. Création d'un fonds d'aide aux évènementiels	Pas réalisé, mais des subventions sont octroyées	Conseil Départemental de Mayotte assisté du Comité du Tourisme	Pas de budget prévu dans le schéma de 2006.	Mais croissance du nombre d'événements culturels, sportifs et de loisirs à Mayotte (festival de jazz, musiques de l'Océan Indien, cinéma en plein air, courses à Mamoudzou…)

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Accueil et information	27.Aménagement de 10 points d'accueil sur les sites touristiques et de loisirs - dans les espaces naturels, afin d'informer et sensibiliser les visiteurs sur le respect de l'environnement	Pas réalisé – mais étude sur les espaces naturels sensibles est en cours	Conseil Départemental de Mayotte	Action pas portée	
	28. Plan de signalisation touristique	Pas réalisé	Conseil Départemental de Mayotte		La signalisation touristique reste un sujet à adresser.
	29. Sensibilisation de la population - Conférence-débat avec la population - Organisation de séminaires spécialisés - Création de brochures simples présentant le développement touristique - Présentation de films de promotion touristique - Diffusion de spots publicitaires sur l'accueil des touristes - Création d'un « guide de l'accueil » diffusé aux professionnels mais aussi aux scolaires - Formation des élus sur la thématique tourisme - Formation des professionnels sur l'accueil	Des efforts restent à faire	Comité du Tourisme de Mayotte	Une population sensible à la question touristique	Nécessité de travailler avec la population afin que les retombées économiques du tourisme puissent profiter au plus grand nombre.

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Politique marketing	30. Plan marketing et de communication	Des actions ont été réalisées, sans qu'elles aient été formalisées dans un plan. Constat : la notoriété de la marque Mayotte reste à développer.	Comité du Tourisme de Mayotte	Budget de promotion était déjà prévu au budget du Comité du Tourisme de Mayotte	Investir dans le marketing sans avoir un produit de qualité derrière = difficulté de fidéliser la clientèle / de faire des visiteurs des "ambassadeurs" de Mayotte. La destination reste inconnue pour la majorité des touristes. Importance de cibler d'autres marchés, pas juste les francophones. Manque de gouvernance = intégrer le département, travailler ensemble dans les décisions liées au plan marketing.
	31. Développement d'une culture marketing des professionnels du tourisme Coordination du Comité du Tourisme pour les inciter à : - travailler en réseau sur l'ensemble du territoire - se former et former leur personnel - proposer aux OT de vendre leurs produits - commercialiser leurs produits touristiques en ligne	Des efforts restent à faire	Comité du Tourisme de Mayotte	Une des raisons est que les OT n'étaient pas créés.	Un enjeu qui reste globalement à adresser.

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Coordination des actions	32. Mise en place du Comité de pilotage - Suivi de la mise en œuvre du schéma de développement touristique - Evaluation annuelle de la mise en œuvre des actions	Pas réalisé	Comité du Tourisme de Mayotte	Problèmes de gouvernance	Des synergies entre les acteurs qui restent à développer
	33. Renforcement du rôle du Comité du Tourisme de Mayotte, afin d'assurer : - l'observation (mission de recensement de données à caractère touristique sur l'hébergement, les fréquentations par rapport aux produits, les attentes de la clientèle…) - l'animation - la promotion dans la logique de la culture marketing à mettre en œuvre avec les professionnels - la commercialisation des produits - l'accueil du public	Partiellement réalisé (certains chantiers ayant peu ou pas été réalisés : commercialisation, observation, culture marketing…)	Comité du Tourisme de Mayotte	Problèmes de gouvernance	Le chantier de l'observation a été engagé, notamment à travers un partenariat avec l'Insee, mais il reste à approfondir.

Un schéma de développement touristique ambitieux, qui n'a pas atteint ses objectifs

Analyse des actions proposées

		Résultats	Maîtrise d'ouvrage prévue	Raisons de l'échec / Raisons du succès	Enseignements
Coordination des actions	34. Observatoire économique - Création d'un tableau de bord de l'économie touristique - Lister les carences et leurs remèdes (formation, guide…) - Recensement et diffusion de l'information économique à caractère touristique - Etablissement de données mensuelles sur l'activité touristique - Analyse trimestrielle d'indicateurs touristiques à partir de collectes auprès des professionnels - Possibilité de mener des études et d'établir des diagnostics sur certaine thématique (satisfaction des clients, profil de clientèle)	Pas réalisé. Le CDTM conduit quelques enquêtes annuelles, notamment en partenariat avec l'INSEE, mais c'est incomplet et cela ne fait pas l'objet de publications.	Conseil Départemental de Mayotte Comité du Tourisme de Mayotte		L'observatoire, intéressant pour éclairer les politiques publiques, reste à créer.
Actions foncières	35. Diagnostic foncier	Pas réalisé			L'intervention de l'EPFAM, structure nouvelle sur le territoire, va permettre d'intervenir opérationnellement sur le foncier

Un Schéma qui a connu une mise en œuvre difficile

Les freins à la mise en œuvre des actions stratégiques

En conclusion

- Une stratégie intéressante, mais très ambitieuse et difficile à mettre en œuvre
- Un nombre d'actions très large (35 actions proposées), ce qui rend le suivi du schéma compliqué
- Des calendriers très serrés
- Des budgets pas toujours compatibles avec les moyens mis à disposition
- Une difficulté à bénéficier des financements de l'Etat et de l'Union Européenne de la part des porteurs de projets
- Des problèmes de gouvernance et de coordination entre les acteurs
- Un problème de maîtrise foncière
- Une difficulté à mobiliser les acteurs privés

Enseignements pour le Schéma actuel

- Une ambition réaliste à tenir
- Un fort enjeu de création d'offres, les offres identifiées dans le Schéma de 2007, notamment hôtelières, n'ayant pas été réalisées
- Un enjeu sur le loisir à destination de la population locale à affirmer plus fortement
- Un plan d'actions qui doit rester maîtrisé et limité, avec l'identification de quelques actions fortes à effet de levier
- Des actions dont la faisabilité doit être vérifiée (financière, réglementaire, acceptation par la population…)
- Une gouvernance de projet à faire fonctionner, des partenaires à mobiliser dès la phase d'élaboration du Schéma afin que le plan d'actions soit partagé, notamment les EPCI qui n'existaient pas en 2007
- L'enjeu d'identifier des investisseurs et opérateurs privés pour créer des activités (hébergement, loisirs, …)

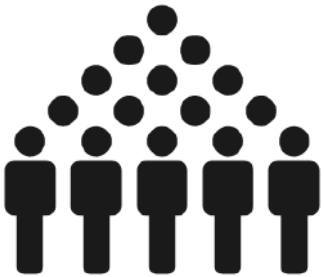
3. Analyse des clientèles touristiques et loisirs à Mayotte

3.1. La population locale, premier vivier de clientèle

3.1 La population locale : Une population jeune et en forte croissance

Une population locale qui représente le premier marché potentiel pour du loisir

- Une **forte croissance démographique** : la population est estimée à **270 372 habitants** en 2019 (+27% par rapport à 2012)
- Un pouvoir d'achat individuel en progression
- Une augmentation du PIB entraînée par la consommation des ménages (55% du PIB en 2016)
- Un **PIB de 9 220 € par habitant** en 2016
- **24% de CSP+** en 2018 (ou 43% des actifs)
- En 2014, **plus de la moitié de la population avait moins de 18 ans**, ce qui fait de Mayotte le département le plus jeune de France



Année	Nombre de naissances	Taux de natalité
2017	9 762	37,3
2016	9 496	38,2
2015	8 997	38,6
2014	7 306	32,1

→ **La population locale, par son nombre et son caractère captif, est le premier marché potentiel pour du loisir sur l'île.**

→ **Un revenu médian faible relativement au chiffre national, mais il existe une frange de la population qui dispose de revenus disponibles importants (personnes ayant des salaires élevés, revenus fonciers, …)**

→ **L'offre de loisirs étant aujourd'hui peu développée, de nombreuses opportunités peuvent être mises en œuvre : loisirs pour les enfants et familles notamment**

Source : Insee

3.1 La population locale : Une population « captive », demandeuse d'offres de loisirs et de tourisme interne

Une forte population locale de passage, à la recherche de loisirs

- De par son statut de Département français et de région ultrapériphérique européenne, Mayotte accueille une population importante restant sur l'île quelques années, venant pour la plupart de métropole
- Fonction publique : environ **17 000 fonctionnaires** sur l'île, dont une part considérable vient de la métropole ou de La Réunion
- Une croissance soutenue de la masse salariale dans la fonction publique
- Une population « captive », qui vit **sur place** et cherche à consommer une offre de tourisme et de loisirs
- Un *turnover* élevé dans la fonction publique en Outre-Mer, avec des nouveaux fonctionnaires qui arrivent régulièrement
- Une population qui attire sur l'île des touristes affinitaires (famille, amis…)

→ Une population cible pour le développement de l'offre de loisirs à Mayotte au regard de leur nombre, de leur capacité d'achat, et de la faiblesse de l'offre actuelle

→ Une population à la recherche :

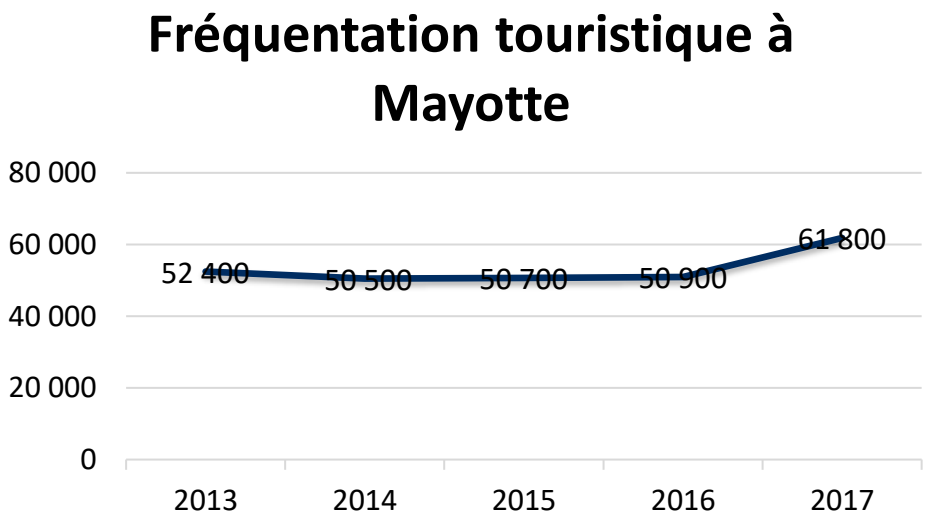
- d'aménagements leur permettant de découvrir l'île confortablement et de manière sécurisée
- d'offres de loisirs (convivialité, sport, culture, fun…) et de restauration

3.2. Les touristes

3.2 Les touristes : Une fréquentation qui reste limitée

Malgré une hausse importante en 2017

- Mayotte a accueilli **61 800 touristes** en 2017, vs **50 900 touristes** en 2016 (+ 21%).
- Une croissance importante de la fréquentation après 8 ans de stagnation autour de 50 000 touristes.
- Mais un chiffre qui reste faible, non comparable avec les destinations voisines et les autres DOM-TOM.
- Une dynamique de croissance des flux touristiques fortement liée à la mise en service des vols directs vers Paris de Air Austral à partir de 2016.



Source : Insee-CDTM, enquête Flux touristiques Mayotte.

→ **Une fréquentation qui demeure très inférieure à la moyenne des DOM-TOM et des îles de l'océan indien, malgré la croissance du nombre de touristes en 2017**

→ **Un niveau de fréquentation très dépendant de la desserte aérienne**

3.2 Les touristes : Une dépendance presque exclusive au marché français

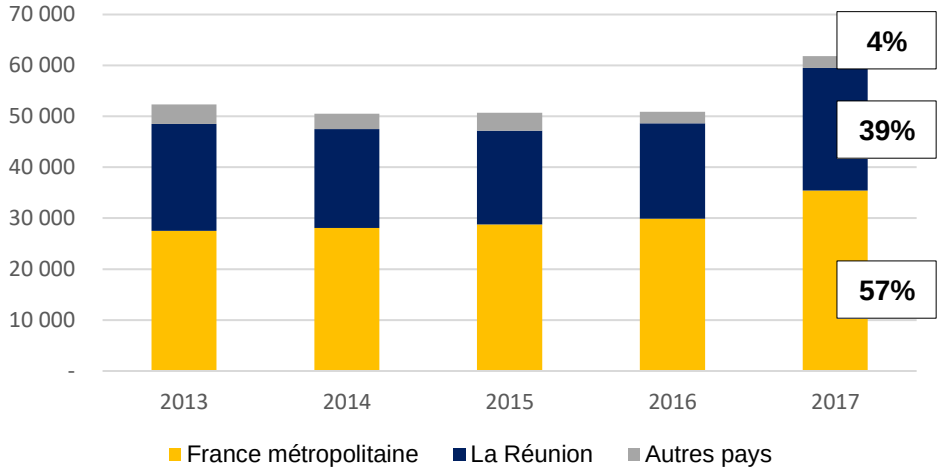
Une destination quasi exclusivement connue des Français

- La majorité des touristes de Mayotte est originaire de la France métropolitaine (57%).
- Une part importante vient aussi de l'île de La Réunion (39%)
- Une très faible part de touristes étrangers : en 2017, seulement 4% des touristes à Mayotte sont originaires d'autres pays
- Entre 2013 et 2017, le flux de touristes étrangers a connu une réduction de 39% (de 3 800 à 2 300 voyageurs)

Les freins au développement de la clientèle internationale :

- Une destination encore plus chère et lointaine pour les étrangers : la plupart des touristes européens doivent passer par Paris ou La Réunion pour arriver à Mayotte
- Une communication institutionnelle très franco-française : très peu d'informations en anglais sur Mayotte, même sur le site du CDTM
- Une forte difficulté à rayonner en dehors de la France : la « marque » Mayotte a du mal à se faire connaître dans un contexte concurrentiel très fort
- Une main d'œuvre locale peu qualifiée et peu réceptive pour l'accueil d'un tourisme international d'agrément ou d'affaires

Répartition des touristes à Mayotte selon l'origine géographique



Source : Insee-CDTM, enquête Flux touristiques Mayotte.

→ **Une destination peu identifiée, même pour les touristes français, la majorité des touristes étant des affinitaires (cf. page suivante)**

→ **Certains marchés internationaux apparaissent comme particulièrement intéressants pour Mayotte au regard de son côté « bout du monde » : Belgique, Suisse, Allemagne…**

3.2 Les touristes : Une clientèle très majoritairement affinitaire

Une croissance timide du tourisme d'agrément

	Le touriste affinitaire	Le touriste d'agrément	Le touriste d'affaires
	69% des visiteurs **+28%** de croissance en 2017	**16 %** des visiteurs **+3%** de croissance en 2017	**13%** des visiteurs **+14%** de croissance en 2017
	61% France métropolitaine **38%** La Réunion	**57%** France métropolitaine **34%** La Réunion	**50%** France métropolitaine **50%** La Réunion
	1% Hébergement marchand **99%** Hébergement non-marchand	**22%** Hébergement marchand **77%** Hébergement non-marchand	**86%** Hébergement marchand **11%** Hébergement non-marchand

Source : Insee-CDTM, enquête Flux touristiques Mayotte.

3.2 Les touristes : Une clientèle très majoritairement affinitaire

Zoom sur la clientèle affinitaire, 1ère clientèle touristique de la destination

- Le **tourisme affinitaire** (visite de proches) reste majoritaire (**69% des touristes**) et enregistre la plus forte hausse entre les trois catégories (+28%) entre 2016 et 2017.
- En comparaison, le tourisme d'affaires a également connu une progression intéressante (+14%), tandis que le tourisme d'agrément a augmenté de façon plus modérée (+3%).
- Parmi les affinitaires, 76% sont originaires de Mayotte. **Seulement 8% sont des primo visiteurs**.
- Un touriste affinitaire qui reste longtemps sur le territoire (durée de séjour moyenne de **39 jours**).
- Un touriste dont le **budget moyen de dépenses est faible**, notamment dû au fait de ne pas dépenser dans l'hébergement, et peu dans la restauration et l'offre de loisirs.

.

Durée moyenne de séjour par catégorie de tourisme à Mayotte (en jours)

	2013	2014	2015	2016	2017
Tourisme affinitaire	32	36	33	37	39
Tourisme d'agrément	16	15	15	17	19
Tourisme d'affaires, dont :	12	10	11	12	15
longs séjours	51	56	55	65	66
courts séjours	6	6	6	6	6
Ensemble des touristes	**24**	**26**	**26**	**30**	**32**

Source : Insee-CDTM, enquête Flux touristiques Mayotte.

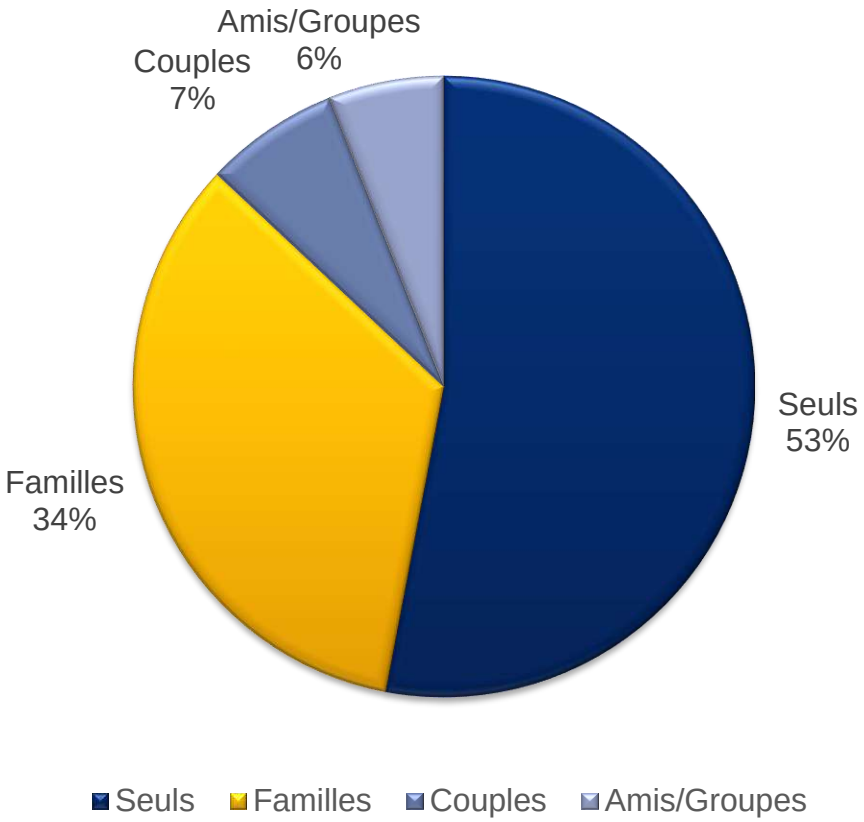
→ Un double enjeu pour augmenter les retombées économiques du tourisme sur le territoire : poursuivre la **diversification de la clientèle pour attirer davantage de touristes d'agrément,** et **monter en gamme.**

→ **L'accueil d'un tourisme d'agrément plus important et la montée en gamme nécessitent entre autre des produits touristiques adaptés.**

3.2 Les touristes : Une prédominance des touristes seuls mais une croissance récente des touristes en famille

→ Une île qui n'est pas encore une destination d'agrément

Flux touristiques à Mayotte en 2017



- Sur l'ensemble des touristes, la majorité viennent **seuls** (53% en 2017, 54% en 2016).
- Une croissance importante de la **clientèle familiale** (+47% entre 2016 et 2017), qui s'explique en partie par l'augmentation des vols directs depuis Paris et La Réunion.
- Une difficulté à attirer une clientèle de couples et de groupes, contrairement à La Réunion (en 2016, 42% des visiteurs de l'île viennent en couple) : faiblesse de l'offre, coûts de déplacement élevés, peu de communication sur la destination, forte concurrence à l'échelle de la région, image d'insécurité…

→ **Une destination qui ne s'est pas encore tout à fait affirmée sur le tourisme d'agrément, outre la plongée qui constitue une niche**

→ **Un besoin de développer des produits adaptés à cette catégorie touristique (notamment les couples et les familles), et un besoin de lever des freins importants (transport, insécurité, …)**

4. Analyse de l’image de la destination

Image émise : « Mayotte, l'île au lagon »

Des acteurs qui font du lagon la vitrine de la destination

- Une **communication sur 3 piliers**, qui valorise principalement la mer (le lagon, la plongée et les plages) et en second lieu la nature et la culture/savoir-faire.

Une communication sur 3 piliers

Mer	Terre	Culture
• Le lagon • La plongée • La biodiversité marine (baleines, tortues, dauphins) • Les plages • Les excursions en bateau	• La faune et la flore (makis, baobabs, oiseaux…) • Randonnées • L'ylang-ylang • Le jardin botanique de Coconi	• Une culture authentique • La gastronomie • Les mariages et les fêtes locales • L'art des femmes • Les savoir-faire (les épices, le sel de Bandrélé)

Extraits de la communication du CDTM de Mayotte

- **Le lagon est le principal attribut de l'île et est au centre de la communication du CDTM de Mayotte**
- **La culture, la nature et l'ambiance du territoire sont également mis en avant, mais en mineur**
- **Un message qui s'est récemment diversifié, en misant sur la curiosité de découvrir le nouveau département français**

Image perçue : Une destination « nature » authentique appréciée

Une image globalement positive de la part des touristes ayant séjourné à Mayotte

N-B : Il n'existe pas d'étude d'image de la destination. L'image perçue a ici été analysée à partir de commentaires représentatifs de touristes ayant visité la destination sur différents forums de voyage (Le Routard, Trip Advisor, blogs de voyage, …). Sont présentés ci-après pour illustration quelques verbatims représentatifs :

Les principales thématiques citées :

- **Le lagon mahorais :** cité unanimement dans les commentaires analysés, le lagon apparait comme la principale attraction de l'île pour les touristes extérieurs
- **Un côté *bout du monde* :** les touristes d'agrément qui partent à Mayotte cherchent une expérience authentique, hors des sentiers battus. Donc, le fait d'être une destination peu touristique est perçu comme un atout plutôt qu'une faiblesse.
- **Une faune et une flore luxuriantes :** les paysages et le contact avec les animaux sont des thématiques récurrentes

Des offres complémentaires à la nature qui sont peu perçues par les touristes

- Le **patrimoine et la culture**, qui sont mis en avant dans la communication du territoire, sont encore peu perçus par les clientèles.

Avis des internautes sur Mayotte

*« Petite ile française de l'Océan Indien, on en rêvait depuis longtemps pour ses **tortues** par milliers, ses **baleines dans le lagon** et pour son **coté hors des sentiers battus**. »*

*« Une île belle et sauvage **non envahie par le tourisme**. Des îlots a couper le souffle. Un **lagon magnifique**, une **faune exceptionnelle**. **Dépaysement garanti**. »*

*« **If you're a nature lover/diver, Mayotte is great!** »*

*« The beaches of Mayotte are surrounded by coral reefs and some **breathtakingly beautiful lagoons**. »*

*« Il faut savoir que le **peuple mahorais** compte parmi les plus accueillants que nous ayons pu voir dans notre vie de voyageurs. »*

*« Ce séjour nous laissera un très bon souvenir. Outre le **dépaysement**, les découvertes ont été nombreuses. Nous avons varié les plaisirs entre **randonnée, plage, sorties en mer, PMT, visite des villages**. »*

Image perçue : Mais un coût élevé et un sentiment d'insécurité encore très remarqués par les Français

2 problématiques auxquelles le Schéma devra apporter des réponses

Des séjours perçus comme chers

- Les billets d'avion, les options d'hébergement et de restauration sont cités à plusieurs reprises comme étant **relativement chers**
- Même si l'intérêt touristique de Mayotte est reconnu par presque l'unanimité des touristes qui y sont allés (95%), 72% jugent le **rapport qualité/prix** de la destination insatisfaisant.

Une perception de destination risquée sur le plan de la sécurité

- La préoccupation avec **les vols et les agressions** est récurrente parmi les Français, liée notamment à la couverture médiatique de l'île en métropole
- Néanmoins, plusieurs touristes affirment qu'il vaut la peine de visiter Mayotte malgré l'insécurité

→ Mayotte n'arrive pas à toucher un grand nombre de touristes. La plupart des touristes intéressés par la destination sont un **public de niche** (plongée, nature, destinations authentiques)

→ À part le site du CDT Mayotte, il est **difficile à retrouver des informations actuelles** sur les sites spécialisés et les forums, **surtout en anglais**

→ Les touristes mettent essentiellement en avant les **sites naturels**, qu'ils apprécient

→ **Les autres atouts touristiques du territoire (culture, patrimoine, ..) sont peu reconnus par les touristes**

→ **2 problématiques sont centrales : le rapport qualité / prix, et la sécurité**

- **Sur la première, Mayotte n'a pas le choix que de jouer la carte d'un bon niveau de gamme**
- **Sur la seconde, des solutions seront à développer pour sécuriser les lieux de séjour et de visite des touristes**

5. Diagnostic de l’offre et des aménagements touristiques et de loisirs

Structuration du chapitre

5.1. Analyse de l'offre touristique et de loisirs par thématique

Loisirs Côté Mer
- LA PLONGÉE SOUS-MARINE
- LES BALADES EN BATEAU
- LA PÊCHE DE LOISIRS
- LES SPORTS ET LOISIRS NAUTIQUES
- LES PLAGES

Loisirs Côté Air
- LES SPORTS ET LOISIRS AÉRIENS

Loisirs Côté Terre
- LA RANDONNÉE PÉDESTRE
- LES SPORTS ET LOISIRS DE PLEINE NATURE
- LES ACTIVITÉS NATURALISTES
- L'AGRITOURISME, LES PARCS ET JARDINS

Loisirs culturels et Patrimoines
- LES MUSÉES
- LES MONUMENTS HISTORIQUES
- LES MARCHÉS ET L'ARTISANAT LOCAL
- LES FÊTES TRADITIONNELLES
- LES AUTRES PRATIQUES TRADITIONNELLES

5.2. Analyse de l'accueil et fonctions supports

L'hébergement touristique
- GÉNÉRALITÉS SUR L'HÉBERGEMENT
- L'HOTELLERIE
- LES HÉBERGEMENTS ALTERNATIFS

La restauration et la gastronomie locale
- L'OFFRE DE RESTAURATION
- LES PRODUITS LOCAUX ET SPÉCIALITÉS

Autres activités et fonctions supports
- LES TRANSPORTS ET LA FONCTION RÉCEPTIVE
- L'ACCUEIL DES CROISIÉRISTES
- LA PROGRAMMATION ÉVÈNEMENTIELLE
- LES PROJETS D'AMÉNAGEMENT PUBLIC

5.3. Analyse des projets d'aménagement passés et actuels

5.4. Synthèse et enjeux sur l'offre et les aménagements

Synthèse et enjeux sur les loisirs
Synthèse et enjeux sur l'accueil
Synthèse et enjeux territorialisés

5.1. Analyse de l’offre touristique et de loisirs par thématique

Loisirs Côté Mer

- **LA PLONGÉE SOUS-MARINE**
- **LES BALADES EN BATEAU**
- **LA PÊCHE DE LOISIRS**
- **LES SPORTS ET LOISIRS NAUTIQUES**
- **LES PLAGES**

La plongée sous-marine

Un produit phare pour Mayotte, qui marque l'identité de la destination

LES CENTRES DE PLONGÉE

Découverte des passes, des tombants, des ilots, plongées nocturnes, lever de soleil… une trentaine de spots de plongée, fréquentés par plus d'une dizaine de clubs accueillant de nombreux visiteurs du monde entier.

- ✓ Abalone Plongée
- ✓ Happy Divers
- ✓ Hippocampe Plongée
- ✓ Joly Roger 976
- ✓ Lagon Maoré (Jardin Maoré)
- ✓ Mayotte Océan
- ✓ Maji Club
- ✓ Nautilus Plongée
- ✓ Nyamba Club
- ✓ Scubaoré plongée
- ✓ …

LE RÉSEAU REEF CHECK À MAYOTTE

Ce réseau national qui participe à la surveillance des récifs coralliens est actif à Mayotte, avec 15 stations sentinelles. Le réseau propose par exemple un produit de découverte à partir de 12 ans « Devenez biologiste marin pour un après-midi ! » Ce cours d'une demi-journée permet de voir directement comment les biologistes marins mènent des recherches sur les récifs coralliens et s'essayer à certaines des techniques d'échantillonnage utilisées dans la surveillance de ces récifs. Ces sessions de découverte sont régulièrement offertes pour 6 à 10 participants, plongeurs PMT ou bouteille.

- Un offre dense mais peu lisible, avec un manque d'informations qui aideraient au choix des prestataires, notamment en matière d'écoresponsabilité.
- Les prestataires sont quasiment tous situés sur le ponton de plaisance de Mamoudzou ou sur Petite Terre et proposent aussi des RDV sur les plages à proximité des hôtels, notamment plage Sakouli.

Les balades en bateau

Un produit grand public très attractif pour Mayotte

SAFARIS (dauphins, baleines, tortues marines, raies mantas…)

Des sorties sur le lagon et en dehors, ponctuées de mise à l'eau avec PMT (palmes/masque/tuba), et d'arrêts sur les ilots et bancs de sable. Certains bateaux sont à « fond de verre », et équipés de manière plus confortable.
Certains catamarans proposent des croisières haut-de-gamme, notamment vers le Parc des Glorieuses.
Les sorties comprennent généralement un repas préparé à l'avance et pris lors d'une escale sur une plage.

- ✓ Cap'tain Nemo
- ✓ Cétamayotte
- ✓ Lagon Aventure
- ✓ Mayotte Expl'Eau
- ✓ Mayotte Découverte
- ✓ Mayotte Lagon (catamarans)
- ✓ Naut'île
- ✓ Planète Bleue
- ✓ Sea Blue Safari
- ✓ …

- **Un produit d'appel, grand public, qui peut être très attractif pour Mayotte, à la différence de la plongée bouteille qui nécessite une vraie motivation.**
- Comme pour la plongée, un offre dense mais peu lisible, avec un manque d'informations qui aideraient au choix des prestataires.
- Les prestataires sont quasiment tous situés sur le ponton de plaisance de Mamoudzou ou sur Petite Terre et proposent aussi des RDV sur les plages à proximité des hôtels, notamment plage Sakouli.
- Les prestataires proposent des produits « journée » le plus souvent vers les ilots du sud, mais aussi des bivouacs et des couchers de soleil.
- Les prestataires gagneraient à renforcer les liens avec les acteurs de la protection du lagon pour passer davantage de messages de sensibilisation, et évoluer vers des pratiques plus écoresponsables, s'agissant souvent d'une 32ème profession pour les capitaines de bateaux…
- La Charte d'approche des mammifères marins est plus ou moins respectée et la concurrence entre prestataires est plutôt féroce lors des observations.
- Le label high quality whale-watching a été signé par 2 opérateurs.

La pêche de loisirs

Une pratique très réglementée qui exerce une forte pression sur le milieu naturel

PÊCHE EMBARQUÉE

La pêche au filet est interdite aux navires de plaisance, et réglementée pour les navires professionnels. **La pêche à bord d'embarcations de plus de 10m est interdite à l'intérieur du lagon**. Les engins de pêche autorisés à bord d'une embarcation de plaisance sont limités. La pêche à proximité des dispositifs de concentration de poissons (DCP) n'est autorisée aux plaisanciers que le WE et les jours fériés.

PÊCHE SOUS-MARINE

La pêche sous-marine comprend toute action de capture en action de nage d'animaux ou de végétaux marins, à la main ou à l'aide d'un outil. **Toute forme de pêche sous-marine est strictement interdite à l'intérieur du lagon** ainsi que dans les passes. Elle n'est autorisée qu'à l'extérieur du lagon, à partir du début du tombant de la barrière extérieure. La pêche sous-marine ne peut être exercée qu'en apnée, toute capture en plongée bouteille est strictement interdite. La pêche sous-marine ne se pratique que de jour, et la capture des crustacés n'est autorisée qu'à la main.

PÊCHE DE LOISIRS :

La vente du poisson capturé dans le cadre d'une pêche de loisir est strictement interdite car elle crée une concurrence déloyale vis-à-vis des pêcheurs professionnels, et incite à accroître l'effort de pêche, ce qui crée une pression supplémentaire sur les ressources. La pêche au gros est pratiquée par des pêcheurs de loisirs car il est possible d'attraper tout au long de l'année des barracudas, des mérous ainsi que des carangues. De janvier à avril, la période est idéale pour pêcher les thons jaunes. De mai à décembre, il est possible de pêcher des espadons voiliers, ainsi que des marlins de plus de 2 mètres pouvant atteindre les 80 kilos.

Jack Passe, spécialiste de la plongée sous-marine, dont la réputation a largement dépassée l'Archipel des Comores

- **Les pratiques de pêche sont réglementées à Mayotte, par des textes nationaux, et par des décrets et arrêtés préfectoraux :** Des réserves de pêche ont été établies afin de préserver les habitat et d'améliorer le renouvellement des stocks de poissons dans les zones avoisinantes. Le Parc marin travaille à la bonne appropriation de toutes les règles et bonnes pratiques par les acteurs, qu'ils soient pêcheurs professionnels ou de loisirs, ainsi qu'à la régulation des conflits d'usage. La pêche de loisirs n'est pas à encourager car la pression sur les ressources est déjà très forte.
- En revanche la valorisation du travail des pêcheurs professionnels (via la gastronomie) et de la pratique traditionnelle de la pêche à pied comme la pêche au Djarifa pourrait mériter une réflexion afin d'être intégrée dans un produit écotouristique, participatif, par exemple.

Les sports et loisirs nautiques

Des activités qui animent les plages mais nécessitent d'être structurées pour ne pas entrer en conflit

Des sites de type « bases de loisirs » souvent adossés à une offre de restauration, ou à proximité…)

1. Maoré Jet (Flyboard, jetpack, bouée tractée, location de jetski…)
2. Le Maracana (restaurant de plage et base nautique)
3. Sea Location Tanaraki (location de paddle…)
4. O'Lolo (Voile, Kayak, paddle…)
5. Ecole de voile de l'ACHM
6. Mayfun, Bandrélé ((jet ski, quad, buggy, location d'espace)
7. Mtsangabeach, Mlezi Maoré (base de loisirs et Accueil collectif pour Mineurs)

La pratique de la voile n'est pas très développée, les vents n'étant pas constants toute l'année.

Les pratiques du wake-board (Wake Up Maluja), tracté par bateau, et du kite-surf (Association Kite-surf Mayotte) tracté par voile, se développent mais entrent en conflit d'usages sur certaines zones de baignade, et souffre des aléas du vent et des marées.

Le surf se pratique de manière anecdotique une partie de l'année notamment vers la plage du Moya.

- **Des initiatives plutôt récentes qui répondent à un réel besoin en matière de loisirs des résidents**, qui proposent une approche très ludique du lagon, et qui permettent de diversifier l'offre faite aux visiteurs.
- Ces initiatives apportent des solutions partielles au déficit d'aménagement en matière d'accès, et de services, dont souffrent globalement les plages.

Les plages

Des espaces de loisirs et de liberté à mieux qualifier

Les plages sont plus ou moins fréquentées en fonction de leur accessibilité, parfois rebaptisées par les résidents métropolitains, ce qui modifie même la toponymie des lieux : Musical Plage, Tahiti Plage…

C'est le cas des plages très accessibles, à proximité des grands bassins de vie. Certaines plages plus confidentielles commencent elles-aussi à être plus fréquentées, notamment à l'ouest.

La plupart des plages « paradisiaques » sont plutôt difficiles d'accès avec peu de possibilité de stationnement et une marche d'approche de plusieurs dizaines de minutes (Pointe Saziley, plage du Préfet…), ou bien accessibles par le lagon**.**

Certains phénomènes naturels peuvent impacter les pratiques balnéaires : marées, évolution des mangroves, etc.

Les plages sont aussi des lieux de regroupements familiaux, à l'occasion d'un « voulé » pour une occasion festive notamment, plus qu'un lieu de baignade.

Des problèmes d'insécurité et un manque de propreté sont aussi rapportés.

Des initiatives de gestion et d'aménagement pourraient être portées par les collectivités et les acteurs associatifs, autour de l'entretien et de l'animation de ces espaces de loisirs : baignade surveillée, location de kayak de mer, taxi boat…

Les plus belles plages de Mayotte sont plutôt difficiles d'accès, ou sont situées sur les îlots.

Plage de Moya à différentes saisons / marées…

Partie de foot à marée basse…

Voulé…

Plage du Préfet

Plage Ilot Mtsamboro

- **Les plages mahoraises sont davantage des espaces de loisirs en plein-air, de regroupements familiaux, d'animation,** que de véritables espaces balnéaires, finalement assez loin des clichés. Ces sites doivent faire l'objet d'aménagements et d'un entretien comme tous les espaces publics de loisirs.
- **Quelques plages « paradisiaques », plutôt délaissées car peu accessibles, pourraient être valorisées dans le cadre de projet hôtelier spécifique** et bien encadré du point de vue du respect de l'environnement.

Loisirs Côté Air

- **LES SPORTS ET LOISIRS AÉRIENS**

Les sports et loisirs aériens

Un territoire qui se prête bien à la découverte vue du ciel

ULM

Deux entreprises, installées à Pamandzi, proposent des survols touristiques de l'île. Elles assurent aussi notamment la formation de pilotes loisirs et professionnels, ainsi que d'autres prestations logistiques (épandage, prises de vue…) :

- **Les ULM de Mayotte** (anciennement Passagers du vent, lorsque la piste de Dapani était exploitée) qui exploitent 2 ULM 3 axes
- **Tip Top ULM**, avec des appareils à devanture pendulaire beaucoup plus « aérés »

Les tarifs sont assez accessibles avec des baptêmes et survols de 20 à 30 minutes pour moins de 60 €. Plusieurs circuits sont proposés et des prestations personnalisées

AVIATION

Les ailes Mahoraises : aéroclub, école de pilotage, qui propose aussi des vols découverte

Hydrofly : prestations en hydravion, activité en cours de démarrage

- **La découverte aérienne de Mayotte se développe progressivement, car l'île et le lagon sont propices à ces vues de haut**. Une nouvelle prestation d'hydravion devrait bientôt voir le jour
- **Tous installés à l'aéroport de Pamandzi, les professionnels du secteur souhaiteraient se regrouper pour pouvoir exploiter un autre terrain d'aviation**, à l'instar de la piste de Dapani qui n'est plus utilisée à cause d'une mésentente avec le propriétaire et les riverains. Certaines caractéristiques sont recherchées : topographie, végétation, vents…

Les sports et loisirs aériens

Une prestation haut-de-gamme à fort potentiel d'image

PARACHUTISME

Vewhua Parachutisme propose 3 zones de saut : Aéroport de Pamandzi, Ilot du sud, Ilot Choazil.

Il s'agit toutefois d'une prestation assez onéreuse, environ 350 à 700 € par saut, mais la logistique est importante.

Des développements sont en cours, et un soutien des collectivités est attendu.

Atterrissage des parachutistes sur l'îlot

- **Une activité innovante, à sensation forte, fort en image, fort pour la destination, à intégrer dans un produit plutôt haut-de-gamme**

Loisirs Côté Terre

- **LA RANDONNÉE PÉDESTRE**
- **LES SPORTS ET LOISIRS DE PLEINE NATURE**
- **LES ACTIVITÉS NATURALISTES**
- **L'AGRITOURISME, LES PARCS ET JARDINS**

La randonnée pédestre

Itinérance et boucles qui permettront de mailler et valoriser le territoire

Mayotte compte 146 km de sentier de randonnée dont 24 km de sentiers thématiques (Vanille, Ylang, Mangrove, Padzas) et 12 points-étapes. L'itinéraire qui fait le tour de l'île n'est plus homologué en GR par la FFRP depuis 1999, faute d'hébergements et d'entretien suffisants. Mais la pratique qui se développe, à la fois en termes de **loisirs de proximité** mais aussi sous l'angle du « **Sport-Santé » notamment chez les femmes.**

Une étude de **l'ONF, pour le compte du Département, a permis d'amorcer une démarche de** revitalisation du sentier de Grande Randonnée existant (GR) et créer des boucles thématiques : Ylang, Vanille, Padzas, Tortues et Baobabs. Le Département souhaite prendre la compétence qui lui permettra d'élaborer un PDIPR et un PDESI afin de pérenniser la démarche. Le rôle des intercommunalités pourrait aussi être important. **Le Conservatoire du Littoral travaille aussi en ce sens avec l'aménagement du sentier littoral « Tour de Grande Terre »**

Les problèmes d'insécurité sont parfois rapportés, notamment du fait que les lieux de pratique et de stationnements sont isolés. Les pratiquants ont donc tendance à se regrouper en grand nombre pour se sentir plus en sécurité, notamment dans le cadre associatif, voire évènementiel.

Source ONF / Naturalistes de Mayotte / Département 976

Deux guides de randonnées, qui travaillent notamment avec les agences de voyage, sont répertoriés : **Atova Tourisme** et **Maoré Aventure**. Plusieurs associations, davantage tournées vers les résidents, proposent un programme de randonnée : **Les Naturalistes de Mayotte, Mayotte randonnée, Amis Raid Rando Mayotte**…

- **Pour la mise en tourisme de l'activité, l'aménagement et la sécurisation des sentiers sont obligatoires** (notamment pour ceux à fort potentiel touristique, comme le sentier Grande Randonnée qui fait le tour de l'île et la montée du Mont Choungui)
- **Un projet qui répond aux attentes des résidents, et qui peut constituer une alternative en termes d'offre de découverte** aux visiteurs.
- Une opportunité de valoriser l'histoire géologique de l'île et notamment son histoire volcanique, et ses curiosités géologiques comme les padzas.

Les sports et loisirs de pleine nature

Des sites et filières à renforcer pour répondre à la diversité des pratiques de loisirs

VTT

La pratique est confidentielle et peu structurée. Une association a été créée récemment : Rando VTT Mayotte. Quelques itinéraires sont pratiqués. 5 tracés en boucle de 20 à 30 km sont répertoriés sur le site gpsies.com . On note toutefois un déficit d'itinéraires, et de matériel sur l'île. De plus le climat très chaud entre décembre et mai est peu propice. La Communauté de Communes du Centre Ouest souhaite développer cette pratique, en travaillant à l'aménagement des itinéraires et en proposant des VTT en location. Les services de l'Etat (DJSCS) souhaitent aussi soutenir le développement de ce type d'activité.

ESCALADE EN SITE NATUREL

La pratique se structure depuis une quinzaine d'années autour d'une activité fédérale avec le Club Mayotte Escalade, et avec aujourd'hui 60 voies et 120 passages de bloc (Hagnoundrou, Bouéni, Passi-Kéli, Milha, Mtsamoudou), une Via Ferrata à Bouéni, un canyon avec descente en rappel à Mtsapéré. Un topoguide a été édité pour la deuxième fois en 2014. Le club propose le matériel en location. L'existence de mur artificiel, notamment au lycée de Tsararano permet d'entretenir une activité club.
Les sites naturels de pratique ont toutefois été fragilisés par la sismicité récente de l'île ; et des agressions et vols sont évoqués sur certains sites

LOISIRS ÉQUESTRES

Il existe un établissement équestre à Dembéni - Hajangoua : Lagon Equitation, qui propose l'enseignement de l'équitation, accueille les scolaires et les personnes en situation de handicap, et organise quelques évènements et spectacles. Il s'agit d'une activité club, mais des balades peuvent être organisées.

GOLF

Le Golf Club des Ylangs, implanté à Combani, propose un parcours de 9 trous, à une centaine d'adhérents licenciés. Des greens synthétiques ont été aménagés pour améliorer la qualité de jeu, l'objectif est de reconquérir les anciens adhérents et d'en attirer de nouveaux pour atteindre les 300 adhérents. Le projet de passer à 18 trous est en cours de réflexion, en lien avec la Commune de Tsingoni.

- **Ces activités méritent d'être développées en vue d'apporter un panel de loisirs aux habitants** et constituer une offre plus diversifiée pour les visiteurs, notamment comme une alternative au lagon.
- Il existe une vrai volonté des acteurs d'accompagner ces développements, comme démontre la création de la CDESI (Commission Espace Sites et Itinéraires) et la rédaction du PDIPR (Plan départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée).

Les activités naturalistes

Des activités de niche à conforter et adapter dans une logique écotouristique

PONTE DES TORTUES MARINES

Nager avec les tortues est déjà extraordinaire, mais pouvoir assister à la ponte sur les plages, et à l'éclosion des émergences est tout aussi incroyable. Ces observations sont rendues possibles à Mayotte dans le respect des tortues, grâce à l'action de certaines associations qui proposent des sorties accompagnées, notamment l'association **Oulanga Na Nyamba** qui programme un certain nombre de sorties sur les plages de Moya. L'association œuvre depuis une vingtaine d'années à la protection des tortues marines par différents moyens, et notamment par la sensibilisation des habitants et des touristes, sur des animations et des évènements.

Observation d'une émergence : émouvante éclosion des œufs de tortue marine

Initiative portée par l'association Oulanga Na Nyamba dans un objectif de sensibilisation de la population

OBSERVATION DE L'AVIFAUNE / ORNITHOLOGIE

L'île de Mayotte est aussi réputée pour ces oiseaux, et l'association **Gepomay** propose des sorties ornithologiques dans le cadre de mission d'étude, mais aussi de sensibilisation des publics. Quelques randonnées sont proposées : Lac Karihani, Retenue collinaire de Combani, Mont Combani…

PATRIMOINES NATURELS ET CULTURELS

Depuis 1999, **Les Naturalistes de Mayotte** sont entièrement tournés vers la découverte, la protection, la vulgarisation des coutumes, du patrimoine et de l'environnement mahorais : sorties, conférences, éditions sont autant d'actions portées par l'équipe salariée et bénévole. L'association accompagne aussi les projets des collectivités publiques, et est gestionnaire de la première et unique Réserve Naturelle Nationale de Mayotte : l'îlot M'Bouzi. Cette réserve a été créée pour protéger la forêt sèche et les récifs coralliens.

Visite de la vasière des Badamiers sur Petite Terre avec le Gepoimay

- **Le tissu associatif riche, dynamique et très impliqué auprès de la population locale**.
- **Des enjeux de vulgarisation et de professionnalisation** sont donc importants, notamment en matière de mise en tourisme des patrimoines naturels et culturels et de création d'emplois pérenne, dans une perspective de développement écotouristique.

Camp itinérant, étape au mont Choungui, organisé par Les Naturalistes, dans le cadre du dispositif Ville, Vie, Vacances

Les activités naturalistes

Des sites et milieux propices à une approche pédagogique et touristique

OUTRE LE LAGON, UN HOT SPOT DE BIODIVERSITÉ À FORT POTENTIEL PÉDAGOGIQUE DU FAIT DU CARACTÈRE ACCESSIBLE, VISIBLE, ET CONDENSÉ DES MILIEUX ET DES ESPÈCES

- Du point de vue botanique, l'île est considérée comme un appendice de Madagascar. Actuellement, à Mayotte, on estime à 750 le nombre d'espèces indigènes, à 550 le nombre d'espèces introduites et à 48 le nombre d'espèces endémiques strictes (UICN 2013)
- Mayotte compte plus de 130 espèces inventoriées d'oiseaux. Sa position géographique et la diversité de ses milieux sont favorables à une avifaune riche.
- Le Maki ou Lémur Brun de Mayotte, constitue parmi les mammifères une espèce patrimoniale caractéristique de l'île.
- La Roussette commune est une chauve-souris endémique des Comores. Elle est active dès le milieu de l'après-midi en pleine lumière et contribue à la pollinisation et à la dispersion des fruits de plantes d'intérêt commercial comme les manguiers, les arbres à pain et les papayers. Elle serait le seul pollinisateur du Fromager. Elles se rassemblent en dortoir dans les grands arbres et sur des zones d'alimentation.
- Des milieux naturels très diversifiés : de rares forêts encore préservées : la forêt du plateau de Sohoa et la forêt de Dapani (mésophiles), massifs du Bénara et du M'Sapéré, Choungui (tropicales humides), des milieux ouverts (padzas, savanes, pelouses, pâturages, des mangroves et des milieux spécifiques aux plages, des falaises et des côtes rocheuses, des zones humides, des cours d'eau avec des petites cascades, des surfaces cultivées sur plus de la moitié de l'île.

Roussette

Maki

- **Des richesses à valoriser à travers des activités douces et itinérantes**, associées à des contenus de visite à construire, pour conforter l'activité des guides, avec l'appui des associations et du Parc Naturel Marin
- **Des risques de perte de biodiversité importante :** invasion biologique, habitat dispersé, besoins en aménagement, pratiques polluantes (lessive…), braconnage, défrichement…
- Des enjeux importants de connaissance, de gestion et de préservation des ressources pour de nombreuses activités, et mettre en résonnance avec des pratiques touristiques durables.

L’Agritourisme, les parcs et jardins

Un capital image très fort sur les parfums et arômes

AROMAORÉ

Exploitation agricole familiale de plantes à parfum, aromatiques et médicinales (ylang-ylang, vanille, citronnelle, coco, curcuma...) située à Ouangani, depuis 6 générations. L'idée d’accueillir le public a vu le jour pour sauvegarder, pérenniser économiquement, et transmettre un savoir-faire ancestral. L’exploitation accueille le public sur plusieurs activités loisirs et bien-être : visites guidées, ateliers : vanille, cuisine, beauté mahoraise, modelage corporel traditionnel, huile essentielle d'ylang-ylang, huile de massage, bougie de massage, anti-moustique, et soirée conte. Possibilité de manger local sur place.

ECOMUSÉE DU SEL DE BANDRÉLÉ

La production de sel à partir du limon est une activité ancestrale transmise d'une génération à l'autre par les femmes de Bandrélé que l'on surnomme les " mamas shingos ", en mahorais les « mamans du sel ». La vente de la production permet de financer le fonctionnement du musée. Une signalétique a été installée pour expliquer les différentes phases de fabrication du sel. Son goût est différent des sels habituels (pas de traitement et de rinçage), il est recommandé par les médecins de l'île pour la tension.

ECOMUSÉE DE LA VANILLE ET DE L’YLANG

Ce musée, qui était installé à Sada, n’existe plus. Fermé fin 2014. Il s’agissait d’une petite exposition et d’une boutique, implantées dans un jardin.

ANCIENNE PLANTATION GUERLAIN

Située à Combani, on l’appelle toujours la Plantation Guerlain, mais la plantation de plusieurs hectares d’ylang-ylang qui appartenait au célèbre parfumeur, Jean-Paul Guerlain, a été rachetée, lorsque celui-ci à déménagé l’activité à Anjouan au début des années 2000. L’activité diminue, faute de compétitivité dans une filière de plus en plus concurrentielle, mais des projets pour dynamiser le site, autour du tourisme de luxe, ont pu être évoqués.

- **Des produits qui manquent de visibilité et de structuration**, mais qui restent pertinents en termes d’identité et valorisation patrimoniale (l’île aux parfums…), et d’expériences à faire vivre aux visiteurs (activité participatives, écotouristiques…)

L'Agritourisme, les parcs et jardins

Deux sites départementaux à mettre en tourisme

POINTE MAHABOU À MAMOUDZOU :
Presque-île, autrefois séparée de Mamoudzou par la mer, chargée d'une Histoire visible par la présence du mausolée du Sultan Andriantsoly, c'est un lieu symbole d'une société ouverte et tolérante, où islam et animisme se côtoient sans problème. C'est aussi un lieu de très grande proximité avec le centre-ville, le front de mer, le ponton de plaisance, et les mangroves.
Un projet d'aménagement du Conseil départemental, porté avec la mairie et l'Etat, consiste en un parcours de 4km comprenant 16 stations d'exercice physique, fournis et financés en grande partie par la société MayCo (Coca Cola). **Un projet d'aménagement du front de mer de Mamoudzou devrait pourvoir connecter et valoriser davantage le site.**

JARDIN BOTANIQUE DE COCONI :
Sur un ancien domaine agricole datant de l'époque coloniale, le jardin d'agrément de Coconi, géré par le Conseil Départemental, recense certaines orchidées et présente, dans un décor tropical de plus de deux hectares, un concentré des espèces végétales endémiques de Mayotte. Le Département y envisage la création d'un arborétum, notamment pour proposer une visite aux croisiéristes qui s'éloignent peu de Mamoudzou.
L'association Saveurs et Senteurs de Mayotte y propose ses produits. L'association ne vend les produits de ses adhérents que lors des manifestations publiques. En dehors de ces événements les producteurs vendent directement leurs produits. Ils organisent eux-mêmes les journées d'animation. L'association a pour vocation l'appui technique aux agriculteurs transformateurs et travaille principalement sur la structuration d'une filière produits transformés, notamment sur le développement de la filière vanille.

- **Ces deux sites sont gérés par le Département qui mène une réflexion sur l'amélioration de l'accueil**, notamment l'entretien, la gestion des déchets, les sanitaires.
- **Une réflexion plus poussée sur ces sites pourrait permettre de mieux les valoriser en répondant davantage aux enjeux touristiques et de loisirs.**

L’Agritourisme, les parcs et jardins

Un capital image très fort sur les parfums et arômes

PROJET DE PÔLE D’EXCELLENCE RURALE DE COCONI, DÉDIÉ À L’YLANG-YLANG

Porté par le Département, la première pierre du PER a été déposée en 2017 et une procédure de délégation de service public lancée fin 2018 pour préparer la gestion et de l’exploitation :

- Accueil, information et diversification du public ;
- Valorisation du savoir-faire mahorais de production d’ylang ;
- Espace musée ; espace boutique et restauration ;
- Distillation et transformation des fleurs ;
- Recherche en matière de procédés innovants de distillation ;
- Valorisation et promotion de la filière ylang et des filières aromatiques en général;
- Gestion des circuits de distribution de l’huile essentielle et produits dérivés, sur le marché local comme vers la métropole et l’international.

- **Un projet phare pour Mayotte, avec un site qui pourrait devenir incontournable pour tous les visiteurs**, qui dépendra de la qualité et du professionnalisme de sa gestion.

Aperçu du chantier en cours - 2018

Loisirs culturels et patrimoines

- **LES MUSÉES**
- **LES MONUMENTS HISTORIQUES**
- **LES MARCHÉS ET L'ARTISANAT**
- **LES FÊTES TRADITIONNELLES**
- **LES AUTRES PRATIQUES TRADITIONNELLES**

Les Musées

Un projet sur lequel s'appuyer pour concevoir des produits culturels

LE MUMA (MUSÉE DE MAYOTTE)

Par arrêté du ministre de la culture en date du 20 décembre 2018, l'appellation « musée de France » a été attribuée au « MuMa - musée de Mayotte », installé dans l'ancienne caserne puis Poste, sur le Rocher de Petite-Terre à quelques pas de la barge, où les 450 m^2 composés de 9 salles sont aujourd'hui un lieu de patrimoine. Initié par Michel Colardelle, le conservateur général du patrimoine et accompagné de Colette Foissey, conservatrice en chef du patrimoine, le MUMA a pour ambition de montrer le patrimoine de Mayotte dans son environnement régional au niveau de l'océan Indien. Les domaines de l'ethnographie, histoire, archéologie et sciences naturelles accompagnent le visiteur.

- ✓ Une salle sur le patrimoine naturel " les mondes marins "
- ✓ La salle consacrée à l'école coranique. Cette salle permet de comprendre comment la religion est vécue à Mayotte avec la danse, la pacification, le savoir-être et le savoir-vivre, l'enjeu est important là où l'école coranique perd de la vitesse.
- ✓ Un petit studio d'enregistrement est accessible à tous les volontaires, et qui permet de consigner des témoignages.
- ✓ La salle du geste et de la parole avec une sélection de 10 vidéos sur le savoir-faire, (bijoux du grand mariage, chambo ou des instruments de musique…)
- ✓ La grande salle avec le moucharabieh invite au plurilinguisme, on plonge dans l'univers des Mille et Une Nuits
- ✓ La salle intitulée " dans l'océan Indien " met en lumière une immense maquette sous cloche magnifique et offerte par le port de Longoni, avec une animation vidéo
- ✓ La salle "Art au masculin" présente les tenues de cérémonie, notamment la tenue masculine traditionnelle brodée de grande valeur appelée Djoho.
- ✓ La salle des canons de Dzaoudzi raconte l'histoire d'une embarcation qui transportait au XVIIIe siècle des canons pour les échanger.

Au-delà de la visite, le musée propose des ateliers et des animations.

L'ancienne Résidence des Gouverneurs

Le projet Mayotte 2025 prévoit le déménagement du musée dans la Résidence des Gouverneurs. La DAC de Mayotte, avec le concours du Service des Musées de France, assure un appui sur le projet et le suivi du chantier, pour mieux accompagner le Département dans la conduite des travaux.

Les Monuments historiques

Des ressources à mettre en tourisme pour diffuser les flux et différencier la destination

MOSQUÉE DE TSINGONI

Avec la **Maison des Gouverneurs**, **la Mosquée de Tsingoni** fait partie des Monuments classés de Mayotte (2015), et son minaret a été inscrit en 2017.
La Mosquée de Tsingoni est la plus vieille mosquée en activité de France. Elle est un symbole et reste un important foyer religieux.
La date exacte de construction de la première mosquée sur le site de Tsingoni est inconnue. Une occupation du site dès le 13ème siècle a pu être constatée par l'INRAP et la présence d'un édifice cultuel au 14ème siècle.
Une mosquée est signalée au moins dès 1521 dans les textes anciens, et plusieurs couches de construction ont été révélées par les fouilles archéologiques.
La première date connue avec certitude est celle de l'édification du mirhab, en 1538 sur ordre du Sultan Shirazien Ali ben Mohamed dit « Haïssa », qui l'embellit et l'enrichit : Tsingoni est alors la capitale de Mayotte, érigée en sultanat à partir de 1460-1470, et la mosquée est donc nommée « mosquée royale ».
D'autres monuments ont été inscrits en 2016 et 2017 : Ancienne usine sucrière de Dembeni, Caserne de Petite Terre (MUMA), Ancienne sucrerie de Soulou, Mosquée Ziara de Polée

Mosquée de Tsigoni et son minaret

Mausolées et tombe supposée du Sultan Haïssa

Mirhab en corail sculpté, avant et après rénovation en 2016

Ancienne sucrerie de Soulou, à Mtsangamouji, sélectionné dans le Loto du Patrimoine de Stéphane Bern en 2018

- **Un patrimoine qui reflète l'histoire singulière de Mayotte** et ses effets toujours perceptibles dans la culture vivante.
- On note que :
  - ✓ D'une part, le patrimoine religieux est une véritable colonne vertébrale pour le territoire, et peut permettre de porter un message très pacifique, fondement de l'hospitalité
  - ✓ D'autre part, le patrimoine industriel sucrier, encore à l'abandon, illustre un vécu particulier de l'histoire coloniale, qui reste à « apprivoiser » par la population. Certaines croyances populaires existent autour de ces sites qui font qu'on les ignore peut-être encore trop pour pouvoir les valoriser…

Les Marchés et l'Artisanat local

Des producteurs, artisans et artistes à mettre en avant à travers les symboles de la destination

MARCHÉS

- **Le marché couvert de Mamoudzou**, dont la CCI est gestionnaire, est ouvert toute la journée du lundi au samedi. Ce bâtiment construit en 2009 a remplacé l'ancien marché où les denrées étaient vendues sous des abris en taule ou sur une bâche à même le sol, et ce afin de répondre à des normes d'hygiène notamment. On y dénombre : 245 marchands de tissus, de bijoux et d'objets artisanaux, 22 marchands d'épices, 23 marchands de fruits et légumes, 4 commerces de vente de produits transformables, 1 coopérative de pêche, 1 boulangerie, 45 marchants de tissus abrités dans des stands à l'extérieur du marché couvert, 23 marchands de friperies. L'artisanat local y est finalement peu représenté car on trouve essentiellement des objets venant de Madagascar. Le bâtiment est plutôt massif, imposant, et ferme la vue sur la mer.
- **Plusieurs marchés hebdomadaires existent par ailleurs à Mayotte**, ainsi que de nombreux points de vente de bord de route
- **Le marché paysan de Coconi**, marché de producteurs le 1er samedi de chaque mois, à l'initiative du lycée agricole, et qui rencontre un certain succès.

ART, ARTISANAT ET SAVOIR-FAIRE LOCAUX

- **Une trentaine d'artisans d'art** sont répertoriés par le CDT.
- **Bweneso,** initiée par le CDTM en mars 2015, est une démonstration des savoir-faire locaux au travers d'une exposition permanente dans le hall d'accueil du CDTM. Cette exposition est une volonté de valoriser et promouvoir le talent des artisans locaux. La première édition en 2015 a pu mettre en avant 27 adhérents répartis en 6 groupes de secteurs d'activité variés.

- L'art et l'artisanat d'art ont une forte valeur symbolique pour la destination et permettent de contribuer à forger les souvenirs des visiteurs.
- Des artistes, des artisans et des savoir-faire à différencier et mettre en valeur, à travers des expos permanentes, une marque et/ou des activités participatives; et des associations à professionnaliser, dans le cadre d'une démarche d'ESS

Les fêtes traditionnelles

Des atouts pour une destination vivante aux traditions festives

CHANTS et DANSES TRADITIONNELS

Les chants et danses occupent un place importante dans la culture mahoraise.

Parmi les danses réservées aux hommes on trouve le **Dahira**, cérémonie religieuse ainsi que le **M'rengué** qui est un joute de combat pratiquée surtout par les jeunes. Le **Chigoma** est dansé par les hommes lors des grandes occasions, notamment les mariages. Elle trouverait ses origines à Zanzibar, où les esclaves mettaient en scène cette chorégraphie lors des moments de détente. Réservée aux hommes, elle s'ouvre peu à peu aux femmes.

Le **Debaa** est une danse religieuse réservée aux femmes qui chantent les louanges du prophète. Le **M'biwi** est dansé par les femmes à l'occasion des mariages. Le nom de M'biwi désigne les deux bouts de bois généralement en bambou qui sont frappés l'un contre l'autre pour accompagner les danseuses. Normalement cette danse est réservée aux femmes mariées.

Mayotte compte de nombreux instruments de musique traditionnels qui accompagnent ces chants et danses

La musique et la danse contemporaine montrent aussi un certain dynamisme sur l'île.

Chigoma

M'biwi

GRANDS MARIAGES (MANZARAKA)

Le Manzaraka, ou grand mariage, est un passage obligatoire pour tout Mahorais souhaitant s'inscrire dans la tradition. Cette cérémonie peut facilement rassembler plus de 300 personnes. Les préparatifs prennent beaucoup de temps et d'argent, et les invités participent aussi financièrement, dans une logique de financement solidaire pour accompagner le jeune couple dans son installation.

La cérémonie est ritualisée de manière traditionnelle et festive : cortège, parures, repas, danses et chants.

Manzaraka

- **Une culture vivante qui est un atout indéniable**, mais dont la valorisation touristique reste à inventer **pour ne pas tomber dans une folklorisation** sans âme.
- Inversement, certains mahorais aspirent aussi à diversifier leur temps de loisirs, notamment les femmes, pour qui l'organisation des Manzarakas occupe une grande partie du temps libre aujourd'hui.

Les autres pratiques traditionnelles

Une opportunité de relier la mise en tourisme des traditions et du lagon

PIROGUES TRADITIONNELLES

Les pirogues a balancier n'étant plus homologuées pour la pratique de la pêche professionnelle, elles sont maintenant abandonnées voire détruites. Leur valeur patrimoniale leur permet toutefois de trouver un second souffle, notamment via **la Course des Fundis** dont la 5ème édition a été organisée en 2018.

PÊCHE TRADITIONNELLE

La pêche traditionnelle à pied revêt un caractère important à Mayotte et englobe de multiples techniques *: pêche aux coquillages à la main, pêche aux poulpes parfois avec une barre à mine, pêche à l'uruva (interdite depuis 1971), pêche au filet (interdite sur le récif frangeant depuis 2004), pêche aux nasses, pêche du corail pour la fabrication de la pierre de Msindzano, masque de beauté traditionnel (la cueillette du corail est pourtant interdite depuis 1980), pêche au Djarifa, pêche traditionnelle exclusivement réservée aux femmes qui se pratique en sortie de mangrove, fonds de baies et sur les platiers à marée basse*

Le Parc Naturel Marin accompagne certaines de ces pratiques pour aider la population à préserver les ressources.

Les pêcheurs qui pratiquent ces pêches ont rarement une activité professionnelle, ce qui leur permet donc de subvenir aux besoins alimentaires de la famille. Assurer l'auto-alimentation de sa famille mais également celle des voisins permet alors une valorisation sociale du pêcheur sans emploi, le maintenant dans les réseaux familiaux et sociaux. Ces pêches apparaissent donc comme un facteur de cohésion sociale

- Des pratiques traditionnelles à conserver et à valoriser, et qui permettraient de faciliter la rencontre entre mahorais et visiteurs

Pêche au poulpe

Tri après la Pêche au Djarifa

Les autres pratiques traditionnelles

Des traditions beauté et bien-être à valoriser auprès des clientèles féminines

RITUELS TRADITIONNELS DE BEAUTÉ AU FÉMININ

Les femmes mahoraises cultivent des rituels traditionnels de beauté originaux qui se déclinent en gommage au henné, massage au lait de coco, préparation des mariées, couture de tenues traditionnelles, et masque de beauté…

Le **Salouva** est la tenue traditionnelle, composée d'un tissu coloré, noué au dessus de la poitrine, et qui s'accorde avec le kichali, une autre pièce de tissu, porté sur la tête ou sur les épaules. Cette tenue est portée comme un sari indien. Les salouvas brodés sont réservés aux grandes cérémonies telles que les mariages.

On trouve cette tenue aussi dans le nord de Madagascar.

Le **Msindzano,** est un masque de beauté traditionnel des femmes mahoraises, composé entre autres de poudre de bois de santal, préparé sur une tablette de corail, et notamment pour protéger la peau du soleil,. Il peut se décliner de différentes manières, pour différentes occasions, et reste très présent au quotidien.

Lors des grandes cérémonies traditionnelles, pour les mariages, les coiffures sont agrémentées de jolies broches de jasmin et les invités décorés de colliers de fleurs.

- Des rituels à transposer dans des produits de bien-être ?

5.2. Analyse de l’accueil et des fonctions supports

L'hébergement touristique

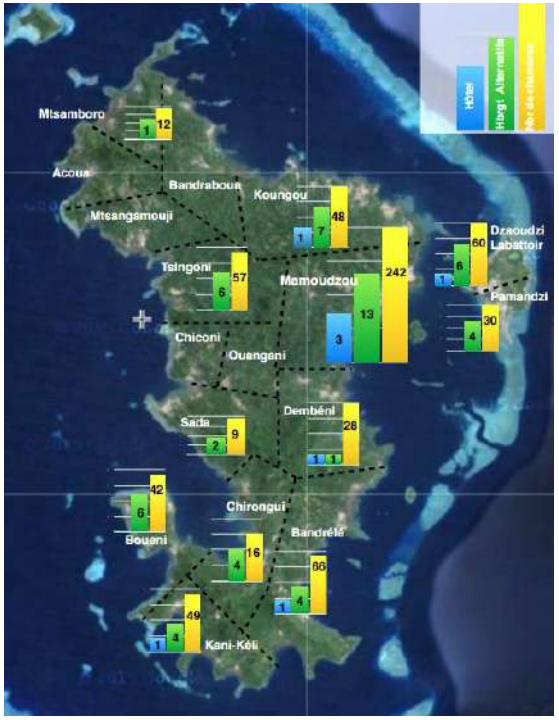
- **GÉNÉRALITÉS SUR L'HÉBERGEMENT À MAYOTTE**
- **L'HOTELLERIE**
- **LES HÉBERGEMENTS ALTERNATIFS**

Généralités sur l'hébergement à Mayotte

Faible capacité face à une demande captive mais déséquilibrée

Mayotte compte peu de structures hôtelières, avec une capacité d'hébergement touristique faible. En 2015 (dernière année disponible), le Comité départemental de tourisme à Mayotte (CDTM) a recensé 44 établissements (contre 59 en 2013, soit -25,4 %) dont 6 hôtels, 5 résidences du tourisme et 33 gîtes et chambres d'hôtes. Le nombre de chambres s'élève à 452 (contre 479 en 2013, soit -5,6 %) pour une capacité d'hébergement de 1 032 lits (+7,7 % par rapport à 2013).

- ✓ Plusieurs établissements ont fermé entre 2013 et 2015.
- ✓ Cependant, un projet hôtelier est prévu à l'aéroport de Pamandzi pour un montant de 6 à 8 millions d'euros.
- ✓ Dans le cadre du PADD, élaboré en 2008, **neuf sites stratégiques avaient été choisis pour accueillir, en dérogation à la loi Littoral, des projets hôteliers d'envergure** dans le but d'accroître la capacité globale d'hébergement à Mayotte et de renforcer l'attractivité touristique du territoire. Cependant, à ce jour, aucune réalisation de ces projets d'infrastructures touristiques n'a débuté.
- ✓ **L'étude des orientations d'aménagement des sites majeurs en 2012 a retiré deux sites jugés inexploitables** au regard des objectifs liés aux constructions d'infrastructures hôtelières.
- ✓ Le Conseil départemental a donc entamé des **travaux de recherche de sites de substitution. Les démarches, toujours en cours**, ont permis de cibler quatre sites (Hamouro et Kani-Kéli dans le sud, Combani-Guerlain au centre et Moutsoumbatsou au nord).
- ✓ Le PADD étant amené à disparaître **au profit du Schéma d'aménagement régional (**SAR), ces sites sont susceptibles d'être inclus directement dans le futur SAR.



Répartition de l'offre d'hébergement touristique, CDTM - 2016

- **Des freins subsistent quant à la construction de nouveaux établissements hôteliers :** Acquisition de foncier difficile - Coûts de construction et d'exploitation élevés - Personnel peu qualifié (pas de formation dans le domaine du management de grands projets touristiques)
- **Une mise à jour des sites d'intérêt touristique régional est nécessaire dans le cadre de l'élaboration de la stratégie en lien avec le développement de l'offre et des aménagements**

L'hôtellerie

Des hôtels d'affaires peu attractifs sur Petite Terre et Mamoudzou

Des établissements hôteliers sur Petite Terre et Mamoudzou tournés vers les clientèles d'affaires :

- ✓ Le Rocher, 3*, 24 chambres, projet de rénovation et d'extension
- ✓ Le Maharaja, 3*, 71 chambres, seul hôtel classé selon la base de données Atout France
- ✓ Le Caribou, 2*, 40 chambres (classement à vérifier), sa grande proximité avec l'arrivée de la barge et le centre administratif en fait une « institution » pour les clientèles d'affaires
- ✓ Résidence hôtelière La Colombe, 13 chambres/studios
- ✓ La Résidence, 8 studios, 2 bungalows, dans la zone de Kaweni
- ✓ Le Trévani, 20 bungalows, situé en bord de mer, mais dont la situation, à proximité du port de Longoni et de zones industrielles et commerciales, en fait un établissement qui accueille une majorité de clientèles d'affaires. Le propriétaire a engagé de nombreux travaux d'amélioration et souhaite augmenter la capacité d'accueil en construisant de nouveau bungalows plus hauts-de-gamme.

Projets en cours :

- ✓ Hôtel d'affaires à l'aéroport, Pamandzi
- ✓ Appart'hôtel à Pamandzi
- ✓ Hôtel Mahabou, sur le front de mer de Mamoudzou

- **Des établissements vieillissants, peu classés,** qui accueillent une clientèle captive, souvent habituée, et dont les exigences s'amoindrissent faute de mieux
- **Des établissements qui profitent aussi de l'abondante fréquentation d'affaires issues de Métropole et de la Réunion,** depuis la RUPéisation

Le Maharajah

La Colombe

Le Caribou

Le Trévani

L'hôtellerie

De rares établissements tournés vers les clientèles de loisirs

Quelques hôtels de bord de mer qui accueillent une clientèle de loisirs :

- ✓ Le Jardin Maoré, 2*, 18 bungalows, en cours de rénovation, situé dans le sud de Mayotte, à Kani-Kéli sur la plage de Ngouja, dont le positionnement écotouristique en fait le principal hôtel d'agrément
- ✓ Le Sakouli, 3*, 30 bungalows, situé à proximité de la plage du même nom à Bandrélé
- ✓ O'lolo, 2*, 4 bungalows, dont un bungalow famille de deux chambres, qui a ouvert récemment sur la base nautique de Mayotte Voile, sur la plage Sakouli. Malgré sa petite capacité, la qualité de cet hébergement est à noter, en terme d'exemplarité de conception.

Des hôtels qui accueillent aussi les résidents mahorais, et flux affinitaires associés, le WE, et qui sont bien insérés dans la chaîne de distribution (TO / réceptifs…) pour capter les flux d'agrément. Et un service de restauration très disparate d'un établissement à l'autre mais qui côtoie les mêmes difficultés (turn-over d'un personnel peu formé, difficultés d'approvisionnement…)

Projets en cours :

- ✓ Baie des tortues, 12 à 14 bungalows, en cours de reprise.
- ✓ Case Robinson, 16 bungalows
- ✓ Hamaha Beach, 12 chambres 4*

Le Jardin Maoré

Hôtel O'lolo

Le Sakouli

- **Des établissements localisés sur les arrière-plages de sites réputés** pour être animés, ou encore pour la présence des tortues marines (Ngouja)
- **Des établissements à l'économie plus fragile** que ceux de Mamoudzou et Petite terre, très dépendants des contextes conjoncturels

L'hébergement alternatif

Le meilleur compromis pour des vacances à Mayotte, mais aussi pour les séjours longs

Des hébergements alternatifs qui, en fonction de leur localisation, accueillent des professionnels en déplacement mais aussi des clientèles d'agrément et affinitaires.

En 2015, on comptait 177 chambres en hébergements alternatifs sur un total de 452 chambres, soit 39% des chambres, ce qui est loin d'être négligeable. Le classement des hébergements alternatifs se fait sur le principe du Label YLANG (norme de classement typiquement local, conçu et géré par le CDTM en partenariat avec Préfecture, Conseil Départemental, CCI et GEMTOUR). Il s'agit d'une démarche volontaire avec une procédure de classement enclenchée à la demande du propriétaire.

- ✓ Actuellement, 38 établissements sont recensés sur le site Web du CDTM, dont 15 sont labélisés Ylang (la plupart atteignant un classement de 4/5 Ylang)
- ✓ Mais aussi 168 locations en ligne sur site web airbnb.com, dont 65 sont des « logements entiers », et une centaine sont des « chambres privées »

De nombreux « gîtes » et « chambres » , qui sont finalement des « pensions de famille » ou des « logements meublés » proposés aux professionnels en déplacement de longue durée (plusieurs mois) comme les personnels de l'Education National ou de l'Hôpital

Le faible taux de classement peut donner à supposer une déficience en matière de qualité de l'offre touristique d'hébergements marchands de Mayotte. Les labels et les classements étant des critères ayant une importance certaine aux yeux des touristes nationaux et internationaux.

- **Quelques établissements qualitatifs qui valorisent l'intérieur de l'île et qui offrent parfois une localisation stratégique pour rayonner** sur l'ensemble du territoire, notamment depuis Combani.
- **Peu d'équipements adaptés à l'accueil de groupes,** et notamment à l'accueil collectif de mineurs par exemple.

Gîtes Les Bangas, 5 ylang

Relais Forestier, 2 Ylang

Villa à louer sur airbnb.com

Un travail partenarial de fond à mener pour identifier les sites pouvant accueillir des hébergements

Focus sur les sites stratégiques de développement touristique

Les sites inscrits au PADD, et les sites proposés en substitution, s'agissant de sites d'implantation potentielle de structures hôtelières, doivent faire l'objet d'un regard nouveau, tirant les expériences des écueils passés et de nouveaux éléments de contexte comme l'existence opérationnel de l'EPFAM, l'élaboration en cours du SAR…

LES SITES INITIAUX QUI POURRAIENT GARDER UNE VOCATION DE SITES « À PROJET D'ENVERGURE » :

Deux sites sur lesquels un projet a démarré, mais qui d'une part rencontrent de nombreuses difficultés de financement, et d'autres part ne sont pas satisfaisants au regard des objectifs de développement initiaux (petite capacité d'accueil, professionnalisme non confirmé…), donc des projets qui doivent continuer à être accompagnés pour atteindre un meilleur niveau de satisfaction

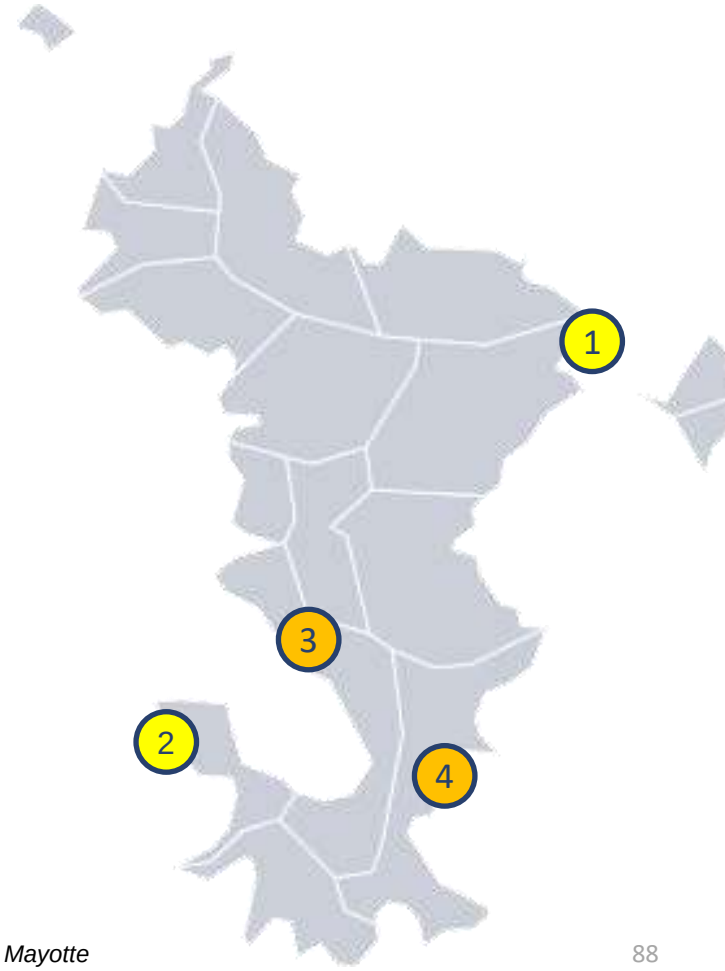
1) **PLAGE DU PENDU « HAMAHA BEACH »** - Mamoudzou – site privé

2**) MTSANGA GOUELA « CASE ROBINSON »** - Bouéni – site qui aurait du faire l'objet d'un deuxième projet mais qui a été freiné par des problèmes d'acceptation locale (conflit d'occupation du site, revendication de la propriété du site)

Deux sites qui conservent un potentiel à valoriser et qui pourraient rapidement faire l'objet d'une étude de projet et d'une recherche d'opérateurs

3) MTSANGA CHÉHI « MTSANGA BEACH » - Sada : site qui dispose de nombreux atouts mais qui appartient à la Caisse de Sécurité Sociale, dont les dirigeants actuels pourraient porter un autre type de projet sur le site. Des discussions sont donc à réengager pour envisager les possibilités (positionnement d'un projet d'hébergement de tourisme social, échange de foncier, etc.)

4) BAMBO EST – Bandrélé : un site de qualité qui avait été attribué à une entreprise locale souhaitant être dépositaire de l'enseigne Hilton, mais qui n'a pas donné suite. Les analyses foncières ont finalement permis d'identifier un propriétaire privé résidant en métropole d'origine suisse qui serait prêt à vendre le terrain.



Un travail partenarial de fond à mener pour identifier les sites pouvant accueillir des hébergements

Focus sur les sites stratégiques de développement touristique

Les sites inscrits au PADD, et les sites proposés en substitution, s'agissant de sites d'implantation potentielle de structures hôtelières, doivent faire l'objet d'un regard nouveau, tirant les expériences des écueils passés et de nouveaux éléments de contexte comme l'existence opérationnel de l'EPFAM, l'élaboration en cours du SAR…

LES SITES INITIAUX QUI GARDENT UN INTÉRÊT MAIS PLUTÔT POUR UN PROJET ÉCOTOURISTIQUE DE PLUS PETITE CAPACITÉ, ET À PLUS LONG TERME :

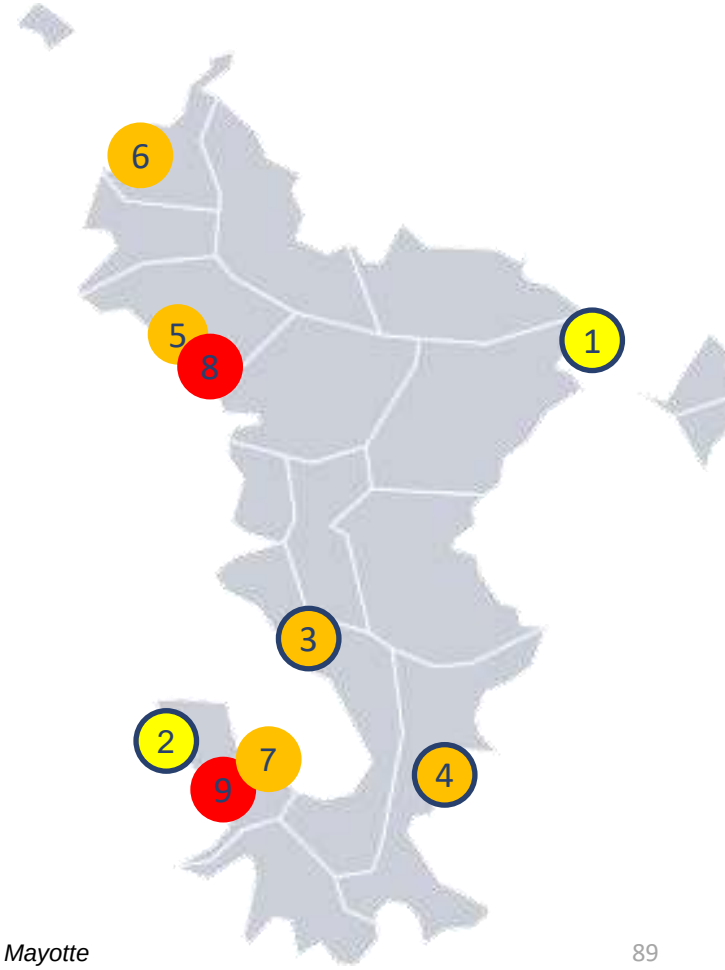
5) MTSANGA CHANFI – Mtsangamouji : un site à potentiel, mais dont le foncier n'est pas maîtrisé et qui doit faire l'objet d'une modification de la réglementation d'urbanisme. En revanche, les discussions avec les occupants régularisés au sujet de l'échange de foncier sembleraient possibles.

6) MTSANGA TSOHA (Mtsamboro) : un site qui a déjà attiré des porteurs de projet mais qui pose des problèmes d'acceptation sociale locale. Là encore les questions foncières restent problématiques

7) MARIAM LIDI (Bouéni) : un site qui pose des problèmes fonciers, mais qui a aussi été écarté du fait de l'absence de plage à marée haute. Toutefois, le site, s'il est positionné sur d'autres atouts que la plage, pourrait garder un potentiel en lien par exemple avec le projet écotouristique en cours de définition à Hagnoundrou.

8) **MTSANGA HADSALÉ** (Mtsangamouji) : un site écarté des appels à projet, car en plus des difficultés de maîtrise foncière, la configuration topographique est très contraignante pour l'aménagement et pose des problèmes d'accès.

9) **MIRONI KANOUA** (Bouéni) : un site écarté des appels à projet, car là encore, en plus des difficultés de maîtrise foncière, le terrain est traversé par la RD, la plage est jonchée de blocs rocheux et disparaît totalement à marée haute.



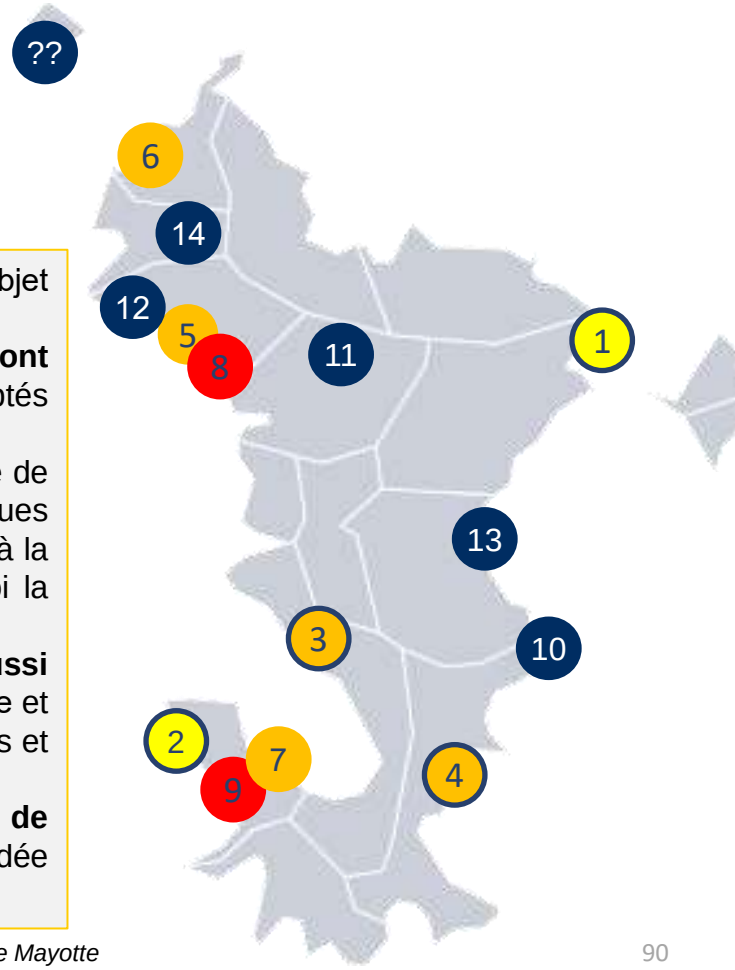
Un travail partenarial de fond à mener pour identifier les sites pouvant accueillir des hébergements

Focus sur les sites stratégiques de développement touristique

Les sites inscrits au PADD, et les sites proposés en substitution, s'agissant de sites d'implantation potentielle de structures hôtelières, doivent faire l'objet d'un regard nouveau, tirant les expériences des écueils passés et de nouveaux éléments de contexte comme l'existence de l'EPFAM, l'élaboration en cours du SAR, le renforcement des garanties de protection de l'environnement qu'offrent le Parc Marin et le Conservatoire du Littoral…

DES SITES PROPOSÉS EN SUBSTITUTION, MAIS QUI N'ONT PAS FAIT L'OBJET D'ANALYSE

10) HAMOURO PHARE - Bandrélé
11) GUERLAIN – COMBANI – Tsingoni
12) MOUTSOUBATSOU – MLIHA - Mtsangamouji
13) TSANGA ILONI – Dembéni
14) HANGANLA - Hauts d'Acoua



- **Certains sites comme Bambo Est et Mtsanga Chehi** pourraient rapidement faire l'objet d'une étude de projet et d'une démarche de recherche d'opérateurs
- **Les autres sites, si les sujets de la maîtrise foncière et de l'acceptabilité sociale sont traités en amont, gardent un potentiel pour accueillir des** concepts touristiques adaptés (projets d'économie villageoise + volet professionnalisation…)
- **Les sites proposés en substitution peuvent être intéressants** mais avant toute prise de décision, il est important de vérifier leur compatibilité avec les grands enjeux stratégiques liés à l'inscription des sites au SAR, car pour convaincre et pouvoir notamment déroger à la loi littoral, les arguments devront être forts, et les projets bien montés. C'est pourquoi la question d'un écolodge pilote sur l'ilot Mtsamboro doit pouvoir être débattue :
  - ❑ **des contraintes techniques, foncières, sociales et réglementaires finalement aussi complexes que sur les autres sites**, mais avec un impact plus fort en terme d'image et d'attractivité qui pourrait justifier davantage des investissements extérieurs importants et des obligations à imposer (environnementales et sociales…)
  - ❑ **La nécessité d'arbitrer aussi en faveur du développement économique et de l'emploi,** tout en capitalisant sur la valorisation et préservation de l'environnement (idée de l'abcès de fixation symbolique, qui permettra de mieux protéger l'ensemble)

La restauration et la gastronomie locale

- **L'OFFRE DE RESTAURATION**
- **LES PRODUITS LOCAUX ET SPÉCIALITÉS**

L’offre de restauration

Un véritable atout pour l’île avec de bons produits et de bonnes recettes, à mettre plus en avant

On recense 89 établissements dans le moteur de recherche Google et 188 sur les pages jaunes.

Quasiment la moitié des établissements sont situés à Mamoudzou. On en compte une quinzaine sur Koungou, et une vingtaine sur Petite Terre. Seulement une vingtaine sont ouverts le dimanche.

La grande majorité sont des restaurants de type rapide, et dans une ambiance conviviale, à mi-chemin entre le Bistrot et Street Food, mais les repas sont plutôt qualitatifs. La décoration est souvent simple mais typique et colorée. On note toutefois l’omniprésence du mobilier en plastique sponsorisé par les distributeur de boissons, des nappes en plastiques et de la vaisselle de cantine. En revanche, la présentation est souvent très soignée et originale.

Appelé « Brochettis », certains restaurants servent des spécialités de brochettes, accompagnées de manioc, fruit à pain et bananes légumes. On trouve aussi des spécialités de poissons, poulpes, et fruits de mer. La langouste est très appréciée, parfois dégustée à de petites adresses de type table d’hôte avec un menu unique. Toutes les influences de l’océan sont présentes : du Carry Créole et ses rougails, au Romazava Malgache. On trouve aussi un plat de feuilles de manioc au coco appelé feliki mouhogo à Mayotte. Il est également très facile de manger des samoussas, des nems ou un burger-frites…

Les saveurs coco et vanille sont très présentes dans les plats et les desserts.

Les prix restent très abordables.

Certains établissements sont de véritables institutions pour les voyageurs, notamment le 5/5 situé près de la barge à Mamoudzou. On compte assez peu de restaurant de plage. On peut tout de même citer notamment le Faré à Dzaoudzi, le 23 plage de Sakouli, et les restaurants des hôtels Sakouli, O’lolo, et Jardin Maoré. Il n’y a pas de restaurant gastronomique à Mayotte, mais certains peuvent être qualifiés de « semi-gastro », comme le Moana à Mamoudzou.

- Les restaurants Mahorais pourraient gagner en constance et en professionnalisme, mais la gastronomie est bien présente, et constitue une véritable ressource touristique à mettre en avant
- Les restaurants peuvent aussi être des lieux de rencontre entre visiteurs et habitants

Les spécialités culinaires

Des spécialités mahoraises à distinguer

Les spécialités mahoraises font l'objet de débats passionnés sur ce qui les différencient, et ceci montre l'importance qu'accordent les mahorais à leur savoir-faire culinaires et leurs spécificités, pour les distinguer des îles voisines.

- **Certains plats pourraient être mis en valeur pour devenir des incontournables emblématiques** et être mieux valorisés dans les restaurants touristiques. On prendra pour exemple le M'tsolola, un plat traditionnel où bananes vertes, poissons, viandes, oignons, tomates, épices, lait de coco mijotent ensemble. Ce plat a notamment remporté une 3ème place au trophée des chefs ultra-marins, dans sa version revisitée par le Chef Andizi Daroueche.
- **De nombreuses spécialités peuvent aussi être déclinées à toutes les étapes du repas**, avec des salades en entrées, notamment à base de papaye ; les romazava (avec differents types de brèdes) en accompagnement ; les variétés de rougail et achards (à l'aubergine, au tamarin, à la mangue...), les sauce et les variétés de piments pour accompagner les plats, les grillades et fritures (bananes, songes, manioc, fruit à pain) qui peuvent aussi être utilisés en pâtisseries et desserts ; ou encore les jus de fruit locaux et les confitures maison qui subliment le petit-déjeuner

Le sujet est donc vaste : il y a des bases, et des déclinaisons diverses avec des ingrédients différents et des cuissons différentes…

Ses spécialités pourraient donc davantage être mises en avant :

- à la fois dans la restauration traditionnelle proposées aux visiteurs, notamment dans les hôtels-restaurants,
- mais aussi dans une transposition plus gastronomique,
- ou encore dans la vente de plats cuisinés, à l'image du projet de l'entreprise Green Fish qui propose des piments préparés et qui souhaitent se diversifier par exemple vers la vente de poissons préparés prêt à consommé, par exemple pour les voulés ;
- et enfin, à travers des activités participatives, comme des stages et cours de cuisine mahoraise.

- **Véritable source de satisfaction** pour la plupart des voyageurs : des repas de spécialités variées et délicieuses, qui invitent au voyage et à la découverte d'une culture métissée

Autres activités et fonctions supports

- **LES TRANSPORTS ET LA FONCTION RÉCEPTIVE**
- **L'ACCUEIL DES CROISIÉRISTES**
- **LA PROGRAMMATION ÉVÈNEMENTIELLE**
- **LES PROJETS D'AMÉNAGEMENT PUBLIC**

Les transports et la fonction réceptive

Des problématiques au cœur du bon fonctionnement de la destination

LA BARGE

L'aéroport étant situé à Petite Terre, la barge est incontournable pour relier Grande Terre. Le trajet en taxi collectif et la barge qui permet de rejoindre Mamoudzou peut constituer la première expérience du visiteur, et nécessite d'être soignée.

LA LOCATION DE VOITURE

De nombreuses enseignes sont présentes à Mayotte, comme Europcar, Budget, Ada, Avis, mais aussi Garcia Location, Tropik Location, Mayana Loc, Loccar... Seulement 3 loueurs sont situés à l'aéroport, les autres étant situés autour de Mamoudzou, notamment à Kaweni, ce qui n'est pas forcément très pratique pour les visiteurs sortis de la barge. Certains hébergements proposent aussi des véhicules en location ou des transferts comme le Jardin Maoré.

TAXIS

L'Union des taxis de Mayotte, créée en 2015, s'est donné quatre axes prioritaires de travail :

- ✓ La lutte contre la concurrence déloyale des taxis illégaux
- ✓ L'obtention de la détaxation du carburant pour les exploitants de taxis.
- ✓ Le désengorgement de la circulation dans la zone urbaine de Mamoudzou notamment en limitant les trajets en voiture individuelle en heure de pointe.
- ✓ Une révision des tarifs. Celui-ci s'impose à cause des embouteillages de Mamoudzou qui constituent un problème économique fort pour les artisans taxi.

- Une offre de transport routier qui se structure et se professionnalise en matière d'accueil touristique, mais un réseau routier souvent saturé, notamment aux abords de Mamoudzou,
- Une offre alternative de bateau-taxi à réfléchir pour désengorger Mamoudzou?

Les transports et la fonction réceptive

Un rôle d' « assemblier » sur lequel se joue la qualité de l'accueil et l'ambiance de la destination

Le Taxi Touristique de Mayotte

Démarche initiée par le Comité du Tourisme et la Chambre des Métiers, le Taxi Touristique de Mayotte se distingue des autres taxis par son approche orientée vers la découverte du territoire. Il propose des circuits thématiques adaptés selon les besoins des clients. Plus qu'une course, il s'agit d'une véritable expérience, une immersion dans la rue, les villages et le paysage de Mayotte en toute sécurité. Il s'agit d'une marque de confiance qui reconnaît le professionnalisme, la qualité et le confort du service pour la satisfaction du client.

AGENCES DE VOYAGES RÉCEPTIVES

Plusieurs agences de voyages exercent à Mayotte mais la plupart ne gèrent qu'une fonction émettrice et le ticketing pour faire partir en voyage les mahorais, notamment vers la Métropole, Madagascar, La Tanzanie ou les Comores. L'agence **Baobab Tour** assure pleinement la fonction réceptive, et est le principal interlocuteur des distributeurs et TO qui travaillent sur Mayotte.

LES OFFICES DE TOURISME

Avec la loi NOTRe, les intercommunalités récemment constituées ont pu créer leur office de tourisme intercommunal (OTI). C'est aujourd'hui le cas de la Communauté de Communes de Petite Terre et de la Communauté de Communes du Centre Ouest. Ces structures doivent assurer des missions de service public centrées sur l'accueil et l'information des visiteurs, et doivent donc rester au plus près de l'offre de leur territoire, et à l'écoute des attentes des visiteurs, pour assurer au mieux ces missions. Les OTI peuvent aussi être chargés de missions complémentaires selon leurs statuts. Des recommandations concernant ces missions devront être faites dans le cadre de l'élaboration du SRDTL.

- La fonction réceptive est peut représentée aujourd'hui, ce qui constitue une opportunité de bien la structurer.
- On peut noter aussi que l'hôtel Le Jardin Maoré s'appuie sur des fonctions réceptives en interne au groupe, dans une logique de réseau avec d'autres hôtels à la Réunion et à Madagascar.

L'accueil des croisiéristes

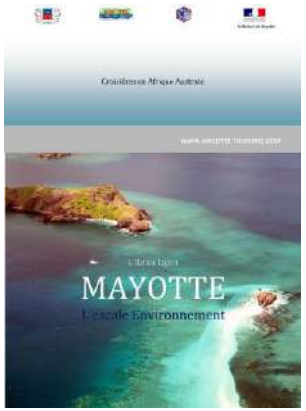
Une offre spécifique à faire progresser

La croisière représente un potentiel de développement du tourisme dans le schéma de développement et d'aménagement du tourisme et des loisirs de Mayotte de 2005. Elle est également une filière prioritaire dans le plan de mandature 2015-2021 du Conseil Départemental.

- Le trafic de croisiéristes a progressé entre 2016 et 2017 (+ 81.4% *source IEDOM*) ;
- Les prévisions de la Saison 2018-2019 étaient de 7 bateaux programmés pour environ 5 000 passagers.
- Les retours de la saison précédente sont positifs et encourageants avec des besoins identifiés à court terme : formation de guides, en langues, offre de change (dollars notamment), développement du taxi tourisme, sécurisation et nettoyage de sites, signalisation...
- Les prestataires nautiques ont été sollicités et l'offre insuffisante n'a pas pu répondre à la demande.
- L'arrivée des touristes dans la baie de Mamoudzou avec un ponton dédié est un atout majeur qui séduit les compagnies de croisières. La taille du ponton reste tout de même limitée pour accueillir les gros paquebots.

Croisiéristes accueillis en 2018

Date	Compagnie	Nbre passagers	Excursionnistes avec agence réceptive	Excursionnistes libres
10/11/2018	Bouddica	644	390	254
16/11/2018	Ms Europa	346	285	61
24/11/2018	Bouddica	601	385	216
8/12/2018	Bouddica	620	390	230
23/12/2018	Bouddica	573	265	308
TOTAL		2784	1715	1069



- Une offre à faire progresser en matière d'accueil et de services aux passagers pour améliorer la satisfaction des croisiéristes
- Le CDTM anime le « club croisières » réunissant tous les partenaires actifs pour le développement de la croisière à Mayotte. Afin de répondre aux problématiques évoquées les saisons précédentes, des groupes de travail se sont constitués sur les thématiques concernés: aménagement des sites, accueil, formation, artisanat, transport, sureté, etc.

La programmation évènementielle

Des évènements qui confortent un positionnement de destination

EVÈNEMENTS AUTOUR DU MONDE MARIN

Avril, Festival du Lagon, 2ème édition : porté par le Conseil Départemental et le Comité du Tourisme de Mayotte, il a pour ambition de promouvoir le territoire mahorais, ses spécificités culturelles et naturelles au travers d'un de ses atouts majeurs : son lagon. Sensibilisation et préservation du patrimoine marin, gastronomie de la mer, loisirs et activités nautiques, formations aux métiers de la mer…

Mai, le Festival de l'image sous-marine, attire de plus en plus de monde et a fêté ses 23 ans en 2017. L'évènement est coordonné par des apnéistes reconnus qui animent des conférences et des stages d'apnée.

Juin, la Journée mondiale des Océans : initiée par l'ONU, cette Journée mondiale des océans change de thème chaque année et réunit dans le monde des milliers de personnes. A Mayotte, différentes activités sont proposées : animation sur les déchets, randonnée subaquatique, atelier de découverte et de préservation des tortues, canoë-kayak et des baptêmes de plongée. le Parc naturel marin de Mayotte propose aux plus jeunes des activités liées à la mer. L'association des Naturalistes de Mayotte organise une " projection-débat ".

EVÈNEMENTS SPORTIFS

Début Juillet, la Course de pneus : depuis plus de 30 ans à Mamoudzou, une manifestation qui réunit tous les jeunes à travers les rues de la ville en poussant un pneu grâce à deux bâtons, le parcours de 2,5 kilomètres relie désormais Cavani à Mamoudzou. Elle a fait partie pendant 10 ans des épreuves facultatives d'EPS au Bac. Plus de 1 000 participants au départ de plusieurs courses.

Fin août-début septembre, le Mahoraid Colas : Traversée de l'île, trail de 69 km avec 2700 m de dénivelé positif. La 8ème édition n'a pas eu lieu en 2018, mais s'agissant d'une course qui permet d'accéder au Grand Raid, il peut être important de la soutenir pour conserver cette attractivité.

La Course de l'Ylang : ultra-trail de 146 km en traversant en 60 heures maxi les principaux sommets de l'île en un temps minime à travers le GR qui fait le tour de l'île... Il existe aussi une version light de 80 km en 36 heures maxi. Abandonnée depuis 10 ans…

- Une programmation pertinente au regard des atouts que le territoire souhaite valoriser.
- Ces évènements pourraient être davantage « mis en tourisme », et davantage relayés dans la ZOI.

La programmation évènementielle

Des évènements qui participent à la transmission des traditions et de l'identité mahoraise

ÉVÈNEMENTS AUTOUR DE LA CULTURE ET DES TRADITIONS

Fin Août - début Septembre, le Festival Interculturel de Mayotte (FIM) : Soutenu par le conseil général, le festival qui commence par un grand défilé costumé permet de valoriser les jeunes artistes locaux et de recevoir pendant trois jours des artistes de La Réunion, des Comores, de Madagascar, mais aussi de l'Afrique australe, du Kenya et du Mozambique. Côté musique, au programme du M'godro dans sa version Gabusa et électrique mais aussi du reggae et du rap.

Mi-Novembre, le Festival du Geste et des savoir-faire : Évènement qui permet de promouvoir les activités et les savoir-faire manuels des artisans, c'est aussi une façon festive de sensibiliser les jeunes à la création. Au programme : atelier de forgerie, ferronnerie, vannerie, broderie, tissage, sculpture sur bois, peinture sur toile, sel de Bandrélé, poterie, massage et maquillage traditionnels et d'autres activités

Fin avril, le Festival des Arts Traditionnels de Mayotte (FATMA) : couplé avec la commémoration de l'abolition de l'esclavage, au programme du FATMA : des expositions d'objets artisanaux et d'instruments traditionnels, concerts, conférences, chants et danses pour promouvoir la culture et les traditions mahoraises tel que le culte des Djinns issus des traditions sakalava. Ce festival multi-couleurs est un véritable musée vivant, il met en scène les grandes traditions héritées de l'appartenance africaine, musulmane, animiste et malgache, noyau de " l'âme métisse " qui compose le peuple mahorais et se clôture avec un Carnaval le troisième jour. ".

- Une programmation pertinente au regard des atouts que le territoire souhaite valoriser.
- Ces évènements pourraient être davantage « mis en tourisme », et davantage relayés dans la ZOI.

5.3. Analyse des projets d'aménagement passés et actuels

Une rareté et des contraintes foncières qui nécessitent de « réserver » des emprises pour le développement touristique

Sites à potentiel touristique identifiés par le PADD (2008) (cf. volet hébergement)

9 sites identifiés par le PADD pour l'accueil potentiel d'aménagements et d'offres touristiques importants :

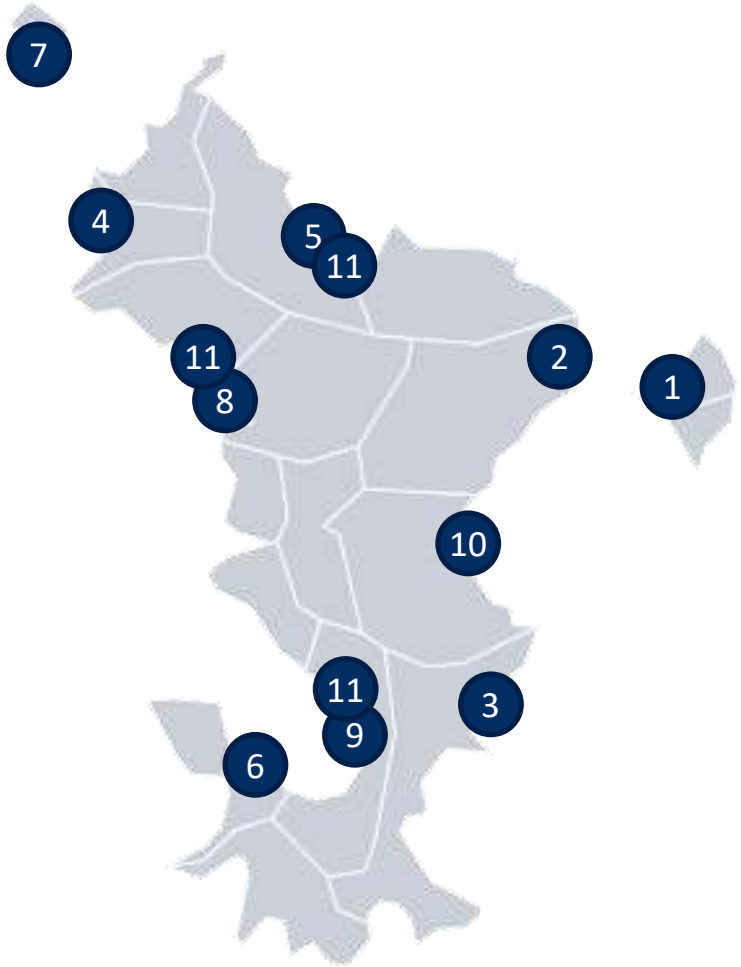
1. Mtsanga Tsoha (M'Tsamboro)
2. Bambo Est (Bandrélé)
3. Mtsanga Chéhi (Sada)
4. Hamaha, Plage du Pendu (Mamoudzou)
5. Mtsanga Chanfi (Mtsangamouji)
6. Mtsanga Hadsalé (Mtsangamouji) → site jugé inexploitable, retiré du PADD en 2013
7. Mtsanga Guela (Bouéni)
8. Mironi Kanoua (Bouéni) → site jugé inexploitable, retiré du PADD en 2013
9. Mariam Lidi (Bouéni) → site difficile à exploiter (absence de plage à marée haute)

D'autres sites proposés par la suite :
- Hamouro Phare (Hamouro)
- Guerlain (Combani)
- Moutsoubatsou (Mtsangamouji)

- **Des sites à réinterroger dans le cadre du Schéma actuel.**
- **Enjeu de travailler sur de sites dont les conditions de maîtrise et de développement sont assurées.**
- **Enjeu de réserver les emprises les plus stratégiques à des projets d'envergure**

Des projets d'aménagements publics à potentiel touristique sont en cours de conception

Projets en cours



Listing des projets d'aménagement public identifiés qui vont permettre d'améliorer l'accueil touristique et de développer l'offre de loisirs

1. Réaménagement du parking de la barge à Petite Terre
2. Aménagement du front de mer de Mamoudzou
3. Aménagement du Front de mer de Bandrélé, Musical Plage
4. Aménagement du Front de mer d'Acoua
5. Revitalisation du Centre-bourg de Dzoumogné, et réaménagement du site de la pointe Mgwédajou
6. Etude de faisabilité d'un Pole Ecotourisme à Hagnoundrou
7. Construction de bangas de l'îlot Mtsamboro par une association
8. Valorisation du Dépôt sucrier, et aménagement de l'accès à la cascade Soulou
9. Ecomusée de la mangrove
10. Plage, mangrove et embarcadère
11. Sentier littoral "Tour de Grande Terre, 3 tronçons prioritaires qui viennent renforcer les projets locaux

- Des projets intéressants, mais dont les travaux n'ont pas encore commencé pour certains car ils font l'objet de longues procédures.

Zoom sur le projet d'aménagement du Sentier littoral

Aux enjeux de développement de l'activité touristique se conjugue l'enjeu de préservation de la côte

Tronçons prioritaires ciblés par le Conservatoire du Littoral

Le Sentier littoral, un grand projet d'aménagement qui s'adresse aux habitants et aux touristes

- Un projet qui vise à préserver les espaces littoraux fragiles
- 3 tronçons prioritaires :
  - Baie de Dzoumogné : 2ème plus grande mangrove de l'ile
  - Baie de Soulou : grandes richesses paysagères, ainsi qu'un nombre important d'habitats écologiques. Projets touristiques prévus : mise en valeur du dépôt sucrier et création d'un musée (AOT Naturalistes de Mayotte), aménagement de l'accès à la cascade de Soulou (commune de Mtsangamouji).
  - Mangrove de Chirongui : reprend le tracé du GR1. Servira de support au projet d'écomusée de la mangrove, qui contiendra un parcours de découverte, avec 15 panneaux pédagogiques.

34.5 km environ de **cheminement existant** soit	18%
→ dont **20 km** env. **réutilisable en Sentier littoral** soit	**10.5%**
84 km env. de **cheminement a aménager** soit	44%
43 km env. de **cheminement à ouvrir/sécuriser** soit	23%
29 km env. de linéaire non expertisé environ soit	15%

5.4. Synthèse et enjeux sur l'offre et les aménagements

Synthèse et enjeux sur les loisirs
Synthèse et enjeux sur l'accueil
Synthèse et enjeux territorialisés

Synthèse et enjeux sur les loisirs

Des ressources touristiques qui permettent d'identifier les thématiques « produits » à développer

L'analyse de l'offre touristique et de loisirs par thématique permet de constater **l'existence de filières existantes et potentielles, plus ou moins visibles et structurées.**

La composition actuelle de l'offre n'est aujourd'hui ni le fruit d'une politique volontariste, ni la conséquence d'investissement de la part de groupes économiques ayant portés une vision stratégique sur la Destination, mais bien **le résultat d'initiatives plutôt isolées, parfois anciennes, de petites entreprises souvent nées d'une seconde vocation, d'un changement de vie, et qui ont su construire une réponse à des besoins croissants en matière de loisirs** pour les résidents et les flux affinitaires associés, et pour quelques **« niches » touristiques** bien précises comme la plongée et le **tourisme « hors des sentiers battus ».** Par ailleurs la société mahoraise évolue entre culture traditionnelle métissée, intégration française et européennes et influences régionales, ce qui lui vaut aussi une évolution des attentes en matière de loisirs. Cette « histoire touristique » doit aujourd'hui être confortée par **une véritable vision stratégique, qui permettra de pousser certains produits, soit en combinant, soit travaillant la mise en tourisme de certaines activités.**

La synthèse de l'analyse de l'offre est donc présentée sous forme de **thématique « produits »** à fort potentiel, en termes d'image et d'identité, et de développement économique, qui vont permettre d'orienter la réflexion stratégique et de cibler les actions à mettre en place pour accompagner les filières et activités qui seraient les plus pertinentes et cohérentes avec :

- L'état actuel des ressources touristiques et leur potentiel
- Le niveau de mise en tourisme actuel de ces ressources et les objectifs de développement possibles et souhaités
- L'adéquation avec les marchés potentiels, et les attentes des clientèles à cibler
- L'identité et l'image de la destination à construire

- **Ces produits théoriques permettront d'animer le débat stratégique et d'identifier de manière opérationnelle la déclinaison des différents volets du SRDTL de Mayotte,** notamment les volets « Offre et aménagements », « formation et qualité », et « communication-marketing »

THÉMATIQUE « PRODUITS » À POTENTIEL

1. **LAGON ET BIODIVERSITÉ**
   - Plongée et balade en bateau
   - Observation animalière et balade botanique
2. **SAVEURS ET GASTRONOMIE**
   - Ylang et Vanille
   - Cuisine et poissons
3. **NATURE ET BIEN-ÊTRE**
   - Massage et beauté
   - Détente aux jardins
4. **DÉCOUVERTE ACTIVE**
   - Plages et Randonnées
   - Sports de nature et Nautisme
5. **FÊTES ET RENCONTRES**
   - Invitations et traditions
   - Art, Culture et Evènements
6. **ACCUEIL HÔTELIER**
   - Hôtel d'affaires ET de Loisirs
   - Petits hôtels de bord de mer
   - Écolodges exemplaires
7. **ACCUEIL CHEZ L'HABITANT**
   - Meublés au cœur de l'île
   - Insolite (flottant, bangas…)
   - Chambres d'hôtes en itinérance

Synthèse et enjeux sur les loisirs

Produit d'appel et produit phare de tourisme durable

Lagon / biodiversité	Potentiel du territoire	Constats et enjeux
Plongée et balades en bateau		**DES PRODUITS À AMÉLIORER ET À DÉVELOPPER** • Une approche qualitative à développer pour les prestataires, avec des messages de sensibilisation à faire passer. • Des liens à construire et/ou consolider avec les associations et le Parc Marin • Des contenus de visite à élaborer et à diffuser à travers des formations • Des pratiques et choses du quotidien à valoriser davantage, à « débanaliser » (interprétation paysagère, observation des roussettes et des makis…) pour relier la Terre et la Mer • Des innovations à porter pour construire des nouveaux produits et concepts de visite (bateaux et vélos électriques? Sports et loisirs doux et itinérants accompagnés par des spécialistes de l'environnement et/ou de la culture • Une Histoire naturelle et culturelle à relier, en lien avec Madagascar **DES MESSAGES À FAIRE PASSER AUPRÈS DE DIFFÉRENTS PUBLICS** • Une approche à différencier en fonction de différents types de publics, mais des objectifs communs et des valeurs d'universalité à poursuivre (touristes de passage, résidents venus d'ailleurs, les mahorais, les jeunes, les actifs, les anciens…) • Une opportunité de faire émerger une approche écotouristique transversale pour faire du grand public des spécialistes d'un jour sur une thématique **UN NIVEAU DE « JUSTESSE » À TROUVER DANS LES DISCOURS** • Entre images féériques et réalités désenchantées, un juste milieu à trouver pour ne pas faire de fausses promesses • Un niveau d'écoresponsabilité à relever dans toutes les pratiques
	Niveau de mise en tourisme	
Observation animalière et balade botanique		

Synthèse et enjeux sur les loisirs

Des goûts et des parfums à décliner dans les offres

Saveurs et gastronomie	Potentiel du territoire	Constats et enjeux
Ylang Vanille		**DES SITES PILOTES À CRÉER POUR EN FAIRE DES INCONTOURNABLES** • Qu'il s'agisse de jardins publics, ou d'exploitations agricoles, L'Ylang-Ylang et la Vanille constituent des patrimoines vivants qui relient l'histoire de l'île à l'expérience touristique d'aujourd'hui. • Des contenus de visite sont donc à améliorer et de véritables expériences sont à imaginer à travers le goût et les parfums à décliner à diverses étapes du parcours du visiteur à Mayotte, et dans différentes activités participatives en lien avec la cuisine et le bien-être. **PROFESSIONNALISER L'ACCUEIL, SANS STANDARDISER LES RESTAURANTS** • Faire de certains restaurants des lieux de rencontre et de partage, autour de la gastronomie locale, de la présentation des mets, de l'ambiance et du service est un véritable enjeux à la fois identitaire pour la Destination, et de satisfaction pour les visiteurs. Les spécialités sont en effet peut mises en valeur. • Mettre en tourisme une offre de street-food accessible permettra aussi de conforter les possibilités de rencontre entre différents publics, habitants, résidents et visiteurs. **DES FILIÈRES DE PRODUCTION À STRUCTURER POUR APPROVISIONNER LES RESTAURANTS** • Faciliter l'approvisionnement des restaurants pour améliorer une constance de la qualité des produits servis permettrait aussi de soulager les restaurateurs et d'apporter des garanties aux clients
	Niveau de mise en tourisme	
Cuisine et poissons		

Synthèse et enjeux sur les loisirs

Une opportunité de positionnement sur le bien-être à travers les pratiques traditionnelles mahoraises

Nature et Bien-être	Potentiel du territoire	Constats et enjeux
Massage et Beauté		**DES RITUELS TRADITIONNELS DE BEAUTÉ ET DE BIEN-ÊTRE À METTRE EN TOURISME AU PLUS PRÈS DES HABITANTS** • De nombreuses expériences réussies à travers le monde ont montré que le bien-être est un secteur porteur pour le tourisme, et Mayotte dispose de nombreuses ressources qui peuvent permettre un positionnement légitime sur la filière • Le développement de la filière pourrait aussi permettre à la fois d'entretenir les savoir-faire traditionnels en les transmettant, tout en les valorisant auprès des visiteurs à travers une expérience de détente et bien-être, en lien avec les ressources naturelles mahoraises.
	Niveau de mise en tourisme	
Détente aux jardins		**DES PARCS ET JARDINS PUBLICS À ENVISAGER COMME UNE EXPÉRIENCE DE BIEN-ÊTRE** • Les parcs et jardins publics pourraient faire l'objet d'une réflexion préalable à des aménagements de parcours de détente et de bien-être, qui valorisent notamment les plantes aromatiques et médicinales à travers tous les sens. • Des jardins privés, lieux dans lesquels s'adonnent les mahorais aux loisirs du jardinage le WE, pourraient aussi être mis en tourisme à travers une expérience de type « greaters » ou « visites insolites », ou en lien avec l'accueil des publics sur les exploitations agricoles • Les parcs et jardins peuvent aussi être des endroits privilégiés pour organiser d'autres activités liées au bien-être du corps et de l'esprit : modelage corporel, yoga, cours de cuisine en plein-air avec les restaurateurs engagés dans une démarche volontaire de diversification touristique....

Synthèse et enjeux sur les loisirs

Des activités à structurer et à combiner pour diversifier les produits, mailler le territoire et diffuser les flux

Découverte active	Potentiel du territoire	Constats et enjeux
Plages et Randonnées		**DES MOYENS DE GESTION À MUTUALISER** • Les plages et les sentiers de randonnées connaissent des problématiques d'entretien propres aux espaces publics qui pourraient faire l'objet d'une approche mutualisée. • Au-delà de l'entretien, l'aménagement peut aussi être pensé de manière mutualisé : pourquoi pas envisager le départ d'une randonnée à partir du parking de la plage. • Les itinéraires pourraient donc permettre de relier les plages et d'y implanter des pôles de service mutualiser. • La découverte active et itinérante est à développer dans une logique de sport-santé, mais aussi un prétexte pour valoriser les éléments de patrimoine isolés **UNE COMBINAISON D'ACTIVITÉS LÉGITIME** • Randonner à Mayotte, comme dans toutes régions chaudes, peut être éprouvant, et l'idée d'envisager des étapes ou objectifs de randonnée qui permettent de se rafraîchir sur un lieu de baignade prend tout son sens. • D'autres services à mutualiser comme l'information touristique, la petite restauration, la location de matériel… **UNE LOGIQUE À ÉLARGIR POUR IMAGINER DES PÔLE D'ACTIVITÉS AUTOUR DES SPORTS DE NATURE ET DU NAUTISME** • Les itinéraires spécifiques à certaines pratiques comme le VTT ou le tourisme équestre pourraient aussi être connectés aux bases nautiques afin de mieux relier les activités Terre et Mer, améliorer la visibilité du panel d'activités, et développer les combinés. Par exemple une boucle VTT suivie d'une sortie en kayak de mer…
	Niveau de mise en tourisme	
Sports de nature et nautisme		

Synthèse et enjeux sur les loisirs

Des activités à mettre en tourisme pour favoriser la rencontre et porter l'identité de la Destination

Fêtes et rencontres	Potentiel du territoire	Constats et enjeux
Invitations et Traditions		**UN PROGRAMME DENSE D'ÉVÈNEMENTS TOUTE L'ANNÉE** • Des évènements liés au lagon, la plongée, l'image sous-marine sont certainement à consolider car ils viennent conforter l'image de la Destination en lui apportant de plus en plus de crédit à chaque édition • La vie culturelle mahoraise est riche et mérite une réflexion appropriée de mise en tourisme. L'accès à une information sur l'ensemble des évènements locaux notables, et sur les possibilités de s'y faire accompagner pourraient permettre une mise en tourisme douce des fêtes traditionnelles. **INNOVER POUR NE PAS FOLKLORISER** • Si l'on prend l'exemple des chants et danses traditionnels qui sont mis en scène par exemple à l'aéroport, il faut toutefois éviter une trop grande folklorisation de ces pratiques qui peuvent parfois être présenter au mauvais moment au mauvais endroit (exemple d'une démonstration de Mbiwis dans un restaurant qui rendait finalement le repas désagréable pour les clients…). • Comment inviter les touristes à assister/participer aux fêtes et cérémonies locales? **ASSOCIER TRADITIONS ET PRATIQUES ARTISTIQUES ET CULTURELLES ACTUELLES** • Entre tradition et modernité, les jeunes générations doivent pouvoir maintenir les savoirs et savoir-faire et leur transmission tout en se projetant vers un avenir souhaité qui sera forcément différent. L'interprétation artistique de la destination peut constituer une expérience de voyage intéressante et créer des débouchés pour la production artistique (souvenir artisanaux, littérature, musiques…)
	Niveau de mise en tourisme	
Arts, Culture, Evènements		

Synthèse et enjeux sur l'accueil

Le cœur du produit, qui n'existe pas encore aujourd'hui

Accueil hôtelier	Potentiel du territoire	Constats et enjeux
Des hôtels d'affaires et de loisirs		**DES HÔTELS D'AFFAIRES, À PLUS HAUT NIVEAU DE SERVICE** • Du fait de leur localisation stratégique sur Petite Terre et à Mamoudzou, les hôtels d'affaires doivent aussi pouvoir recevoir une clientèle touristique en transit, et offrir un plus haut niveau de services touristiques (partenariat avec les loueurs de voiture, billetterie barge, comptoir excursions…) • L'ambiance et l'environnement direct doivent être davantage soignés **DE PETITES UNITÉS D'HÉBERGEMENT EN BORD DE MER À ENCOURAGER** • Même si la destination a besoin de projets d'hébergement touristique structurant, à insérer dans la chaine de distribution, des hébergements de petite capacité sont à encourager puisqu'ils correspondraient aux attentes de l'écotourisme, et d'un tourisme auto-organisé (FIT- Free Independant travellers), • Et avec un marché qui reste quelque peu fragile pour les hébergements de loisirs, il est important de considérer que les porteurs de projet qui ne peuvent pas prendre de gros risques en matière d'investissement, et doivent pouvoir maintenir une constance de service **UN OU DEUX PROJETS D'ENVERGURE ET EXEMPLAIRES** • Afin de jouer un rôle de locomotive, en matière économique, et pour marquer l'identité de la destination, au moins un projet pilote d'écolodge exemplaire en matière environnementale est à réfléchir. Le site de l'îlot Mtsamboro, par exemple, pourrait être choisi, malgré une situation foncière complexe. • Un tel projet doit être fortement accompagné et répondre à un cahier des charges très strictes. Il doit pouvoir devenir la fierté des Mahorais
Petits hôtels de bord de mer	**Niveau de mise en tourisme**	
Écolodges exemplaires		

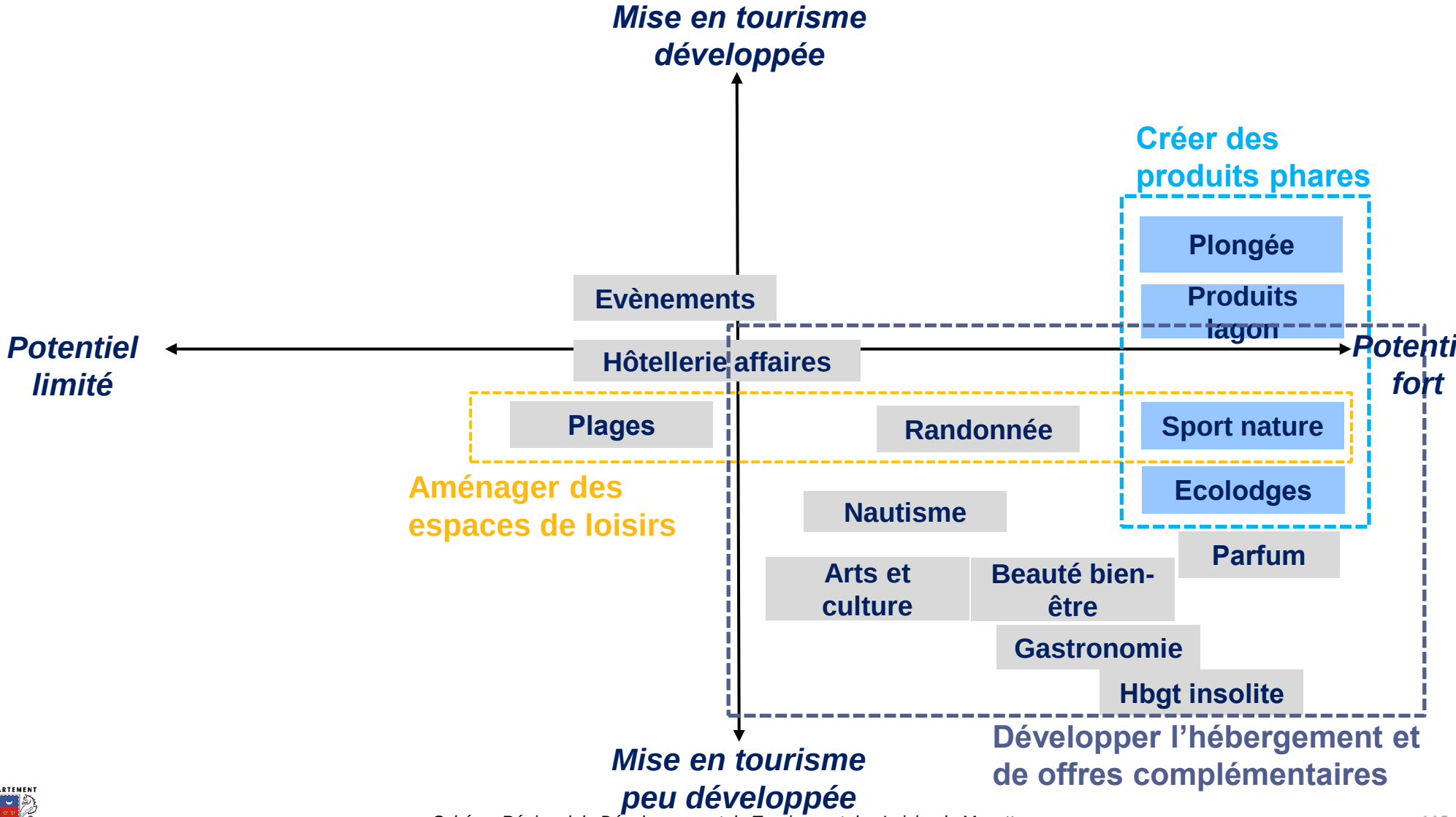
Synthèse et enjeux sur l'accueil

Meublés et chambres d'hôtes : un enjeux pour un tourisme doux et diffus

Accueil chez l'habitant	Potentiel du territoire	Constats et enjeux
Meublés au cœur de l'île Chambres d'hôtes en itinérance Nuit insolite (flottant, perché …)	 **Niveau de mise en tourisme** 	**UNE LOCALISATION STRATÉGIQUE À ENCOURAGER POUR LES MEUBLÉS TOURISTIQUES** • Il est important de distinguer les meublés qui accueilleront des professionnels en déplacement plus ou moins longs, et des meublés qui accueilleront une clientèle touristique d'agrément, notamment en matière d'aide publique. • Plus complexe à exploiter qu'un meublé situé à Mamoudzou par exemple, les projets de gîtes situés au cœur de l'île ou bien au sud, pourraient être davantage soutenus, car ils sont de véritables supports au développement des vacances à Mayotte **CIRCUIT DE VISITE EN CHAMBRE D'HÔTES** • Pour faciliter les possibilités d'itinérance, et en complémentarité des petits hôtels de borde de mer, le renforcement d'un réseau de chambre d'hôtes disséminées sur l'île mais situées à proximité de sites stratégiques (sites de visite et d'activités) est à envisager • Ce réseau serait à mettre en phase avec un panel de services à développer dans une logique d'Economie sociale et solidaire **HÉBERGEMENTS INNOVANTS ET IDENTITAIRES** • Quelques projets pourraient être particulièrement soutenus, sur des sites stratégiques, et offrir une expérience particulière, insolite, aux visiteurs et mahorais qui souhaiteraient se faire plaisir pour une occasion. • Il pourrait s'agit d'un hébergement flottant sur le lagon, d'une cabane dans les arbres sur un des sommets de l'île, etc.

→ Synthèse et enjeux sur l'offre par thématiques

Des enjeux de développement d'offres et d'aménagements touristiques

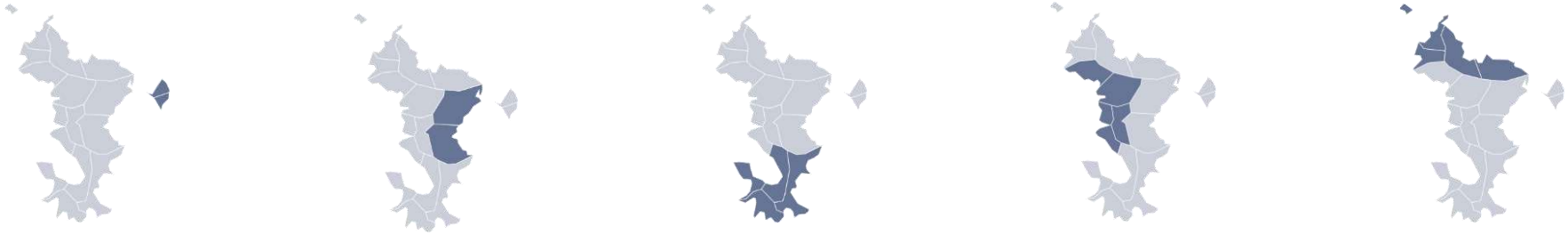


Synthèse et enjeux territorialisés

Des dominantes touristiques par secteur de territoire

CE QUI EST COMMUN A TOUS LES TERRITOIRES :

- UN CONSENSUS AUTOUR DES RESSOURCES TOURISTIQUES À VALORISER
- ET DES CONSTATS LARGEMENT PARTAGÉS



- **Lagon et biodiversité marine -** Récifs coralliens, grands animaux marins, ilots, espaces naturels protégés, tourisme durable…
- **Dépaysement culturel -** Art de vivre mahorais et Histoire singulière, bien-être (sport nature, beauté et gastronomie)
- **Economie Sociale et Solidaire -** Écotourisme avec/pour les habitants, appropriation, sauvegarde des patrimoines, maintien de la propreté et de la sécurité

Synthèse et enjeux territorialisés

Des dominantes touristiques par secteur de territoire

DES FONCTIONS TOURISTIQUES PROPRES À L'ORGANISATION DES FLUX TOURISTIQUES SUR LE TERRITOIRE

- **Logistique Arrivées et départs :**
  Accueil / information,
  Vitrine Produits & Souvenirs
- **Tourisme d'affaires**
- **Accueil Croisiéristes**
- **Départ des excursions en mer** (safari, plongée, ilots, pêche…)

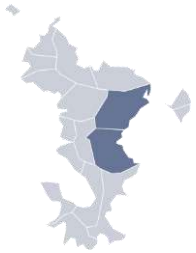
- **Aménagements Front de mer :**
  Accès aux plages, restauration, loisirs nautiques fun
- **Accès aux sites de visite :**
  Stationnement et Signalétique d'accès, d'information et d'interprétation (montagnes, mangroves, mosquées, villages, exploitations agricoles…)
- **Accompagnement des projets**
- **Services aux professionnels** aujourd'hui concentrés à Mamoudzou (avitaillement, blanchisserie…)

Synthèse et enjeux territorialisés

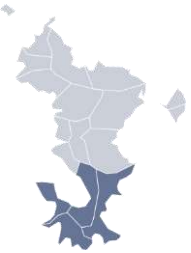
Des dominantes touristiques par secteur de territoire

DES THÉMATIQUES PROPRES AU POTENTIEL DE CHAQUE TERRITOIRE

- **Balades Historiques**
  - ✓géologique (Moya)
  - ✓générale (MUMA)
  - ✓coloniale, (Rocher)
- **Excursions Nature :** Tortues, Roussettes, Makis, Oiseaux…
- Loisirs aériens (ULM, parachutisme…)
- Gastronomie (produits de la pêche)
- Hôtels d'affaires
- Chambres d'hôtes



- **Vitrine de la destination depuis la barge :** Connexion à la diversité des milieux naturels ; et via **l'aménagement du front de mer et la pointe Mahabou** (lagon, mangrove, ilots…)
- Balades urbaines « hors des sentiers battus » (balades contées, théâtralisées, greeters?)
- Loisirs nature de proximité (accès Mont Bénara…)
- Hôtellerie mixte (affaires et loisirs)



- **Tourisme Balnéaire** (Bandrélé et îlots du sud)
- **Ecotourisme / Tortues marines à Kani-Kéli, projet Hagnoundrou,** valorisation Pointe Sazilé)
- Petits hébergements de bord de mer,
- Hébergements flottants (bateau-hôtel)?
- Evènements festifs, liés à la Nature

Synthèse et enjeux territorialisés

Des dominantes touristiques par secteur de territoire

DES THÉMATIQUES PROPRES AU POTENTIEL DE CHAQUE TERRITOIRE

- **Sports de nature** (rando, VTT…),
- Loisirs plein-air, Sport-santé…
- **Agritourisme (Ylang-Ylang, Coconi…)**
- Accueil groupes, jeunes, séminaires
- Meublés de campagne
- Parc de loisirs, et cabanes dans les arbres

- **Sports nautiques**
- **Projet pilote d'écolodge (Mtsamboro)**
- Expériences participatives (bangas, pirogues, msindzano, salouva…)
- Evènementiel sportif

- **Tourisme culturel :** patrimoines bâtis historiques, mosquées, berceau des peuplements,
- Grands Mariages
- Pôle Art et Artisanat
- Réseau de « Dukas à vocation touristique » (ex: bistrots de pays?) et de chambres d'hôtes

6. Le « soft » du tourisme à Mayotte

6.1. Organisation des acteurs et gouvernance

Les principaux acteurs

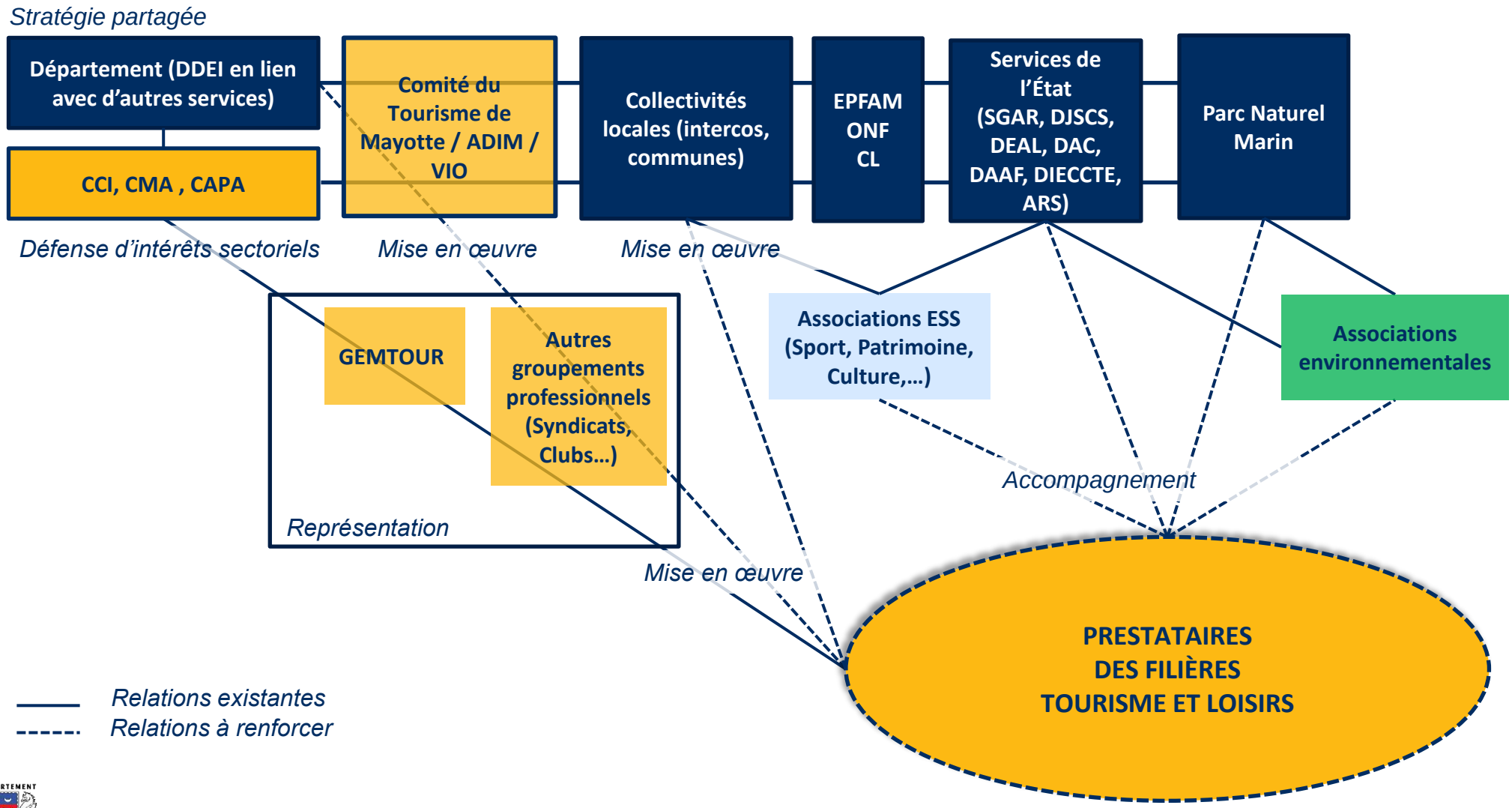
Une multitude d'acteurs publics et acteurs privés

- La politique de développement du tourisme s'appuie sur plusieurs documents stratégiques ainsi que sur plusieurs acteurs. Considéré comme secteur prioritaire par les pouvoirs publics locaux depuis plusieurs années, les principaux acteurs qui œuvrent pour son développement, sont le **Département et le Comité du tourisme**, mais aussi l'**Etat** et la **CCI** avec chacun des moyens et des champs de compétences distincts. D'autres agences comme **l'ADIM,** et les autres **chambres consulaires** peuvent aussi intervenir dans le champs du tourisme .
- Pour bénéficier des fonds européens et mettre en place une politique de développement, ces acteurs tentent de structurer les différentes filières du tourisme, au plus près des professionnels. C'est en ce sens qu'un **Groupement des entreprises mahoraises du tourisme (GEMTOUR)** a été créé en juin 2014.
- Si l'on considère aussi que le Programme opérationnel (PO), élaboré en 2014 au titre du FEDER/FSE, identifie le développement du tourisme durable comme priorité d'investissement avec la protection de la biodiversité et des espaces naturels, il est donc indispensable d'associer aux réflexions et actions de développement touristiques les acteurs de l'Environnement comme par exemple le **Parc Naturel Marin de Mayotte, le Conservatoire du Littoral,** et les **associations** dont une partie des activités consiste à valoriser les ressources environnementales auprès des publics, et d'accroître la durabilité et l'écoresponsabilité des pratiques.
- Les **intercommunalités** axent aussi en partie leur stratégie d'intervention sur les filières du tourisme et jouent un rôle prépondérant en terme d'aménagement public et de relai des politiques touristiques départementales sur leur territoire. Avec la compétence obligatoire « promotion touristique », la création d'un réseau d'offices de tourisme intercommunaux est en cours. Les intercommunalités peuvent aussi intervenir sur des sites et projets touristiques d'intérêt communautaires de manière volontariste. Le tourisme reste toutefois une compétence partagée, et les Communes souhaitant porter des projets touristiques d'intérêt local le peuvent toujours sauf si la compétence à été entièrement cédée.
- En appui au projet d'aménagement et de développement touristique des collectivités publiques, **l'Établissement Public Foncier et d'Aménagement de Mayotte (EPFAM)** va notamment permettre de démêler les problématiques foncières qui ont pu être sources de blocage par le passé.

- **Le SRDTL devra définir précisément les conditions de mise en œuvre partenariale de la stratégie de développement touristique de l'île**, en précisant de manière partagée le rôle que doit jouer chacun des acteurs.

Les principaux acteurs

Une méthodologie de travail partenarial entre acteurs publics et acteurs privés à renforcer



Le pilote

RÔLE DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL EN MATIÈRE DE TOURISME

- ✓ À Mayotte, le Conseil départemental est en charge de la définition de la stratégie touristique du territoire à moyen terme, de l'observation du tourisme et de la coordination des initiatives publiques et privées.
- ✓ La loi statutaire de 2001 attribue les compétences en matière de tourisme au Conseil départemental qui s'est doté d'une Direction spécifique. Elle a pour mission, entre autres, de définir la politique et les orientations stratégiques du développement du tourisme à Mayotte. Ces éléments ont été définis dans le Schéma de développement et d'aménagement du tourisme et des loisirs de Mayotte (SDATLM) élaboré en 2006, et dont la réactualisation fait l'objet de la présente mission.
- ✓ Le 31 mars 2011, Mayotte est devenu le 101ème département français et le 5ème département d'Outre-Mer.
- ✓ En 2014, le département obtient le statut de Région Ultrapériphérique (RUP) de l'Union Européenne. C'est le 9ème territoire de l'UE à obtenir ce statut.
- ✓ Le Département attribue des aides financières directes aux entreprises du tourisme et est à l'origine de la création du Comité du Tourisme (CDTM).
- ✓ Tous les documents stratégiques départementaux placent le tourisme, et notamment le tourisme durable, comme un secteur clé de l'économie locale. De nombreux services du Département ont un rôle à jouer en la matière : Culture et Patrimoines, Environnement, Affaires maritime, et c'est à la Direction du développement économique et de l'innovation, qui a structuré un service Tourisme, que revient le rôle de coordination de toute la politique touristique du département, qui s'est fixé 4 objectifs généraux que le SRDTL doit alimenter :
  1) Améliorer l'attractivité de la Destination (marketing territorial, promotion, planification stratégique et aménagement de sites, transport et accessibilité…)
  2) Renforcer la compétitivité des acteurs (accompagnement, conseil, ingénierie, professionnalisation, observation…)
  3) Développer l'offre touristique (soutien aux filières et projets stratégiques)
  4) Mettre en place une gouvernance collaborative (pilotage et conventionnement partenarial)

Entreprise Touristique	SUBVENTION
ANNEE 2007	**845 802**
La Mtsaperoise	14 000
BAHARAINE D'hote	2 900
Les bangas	75 000
SARL MATULAYE	300 000
KOROPA	200 000
SCI CSAS	180 000
REFUGE TROPICAL	12 391
RESIDENCE LA MAOUA	35 261
LES PIEDS DANS L'EAU	26 250
ANNEE 2008	**115 250**
LES COULEURS	22 000
COMBO COURACHIA	33 250
SCI DAD ZALIFA ET ZAINA DIGO	82 000
ANNEE 2009	**214 050**
VILLA MAORA	14 550
SNC LES FLORALLIES hôtel maharadja	150 000
BOTOLAVA	25 750
LES SAINTS ALBERT	23 750
ANNEE 2010	**13 250**
TATA GNAGNA	13 250
ANNEE 2011	**298 750**
ANANTSIKA	18 250
PASSAM HOTEL	145 900
DIWAN	225 000
VILLA TI BEN	55 500
ANNEE 2014	**424 149**
SARL TANOURA LOCATION	250 000
RESIDENCE DOMAINE DE KAVANI	174 149
SARL JIM	140 000
ANNEE 2015	**0**
ANNEE 2016	**0**
ANNEE 2017	**50 000**
SMCH TREVANI HOTEL	50 000
TOTAL SUBVENTIONS 2007-2017	**1 961 251**

Le Comité du Tourisme

L'outil de mise en œuvre de la politique touristique du Département

RÔLE DU CDTM

Créé à l'initiative du Conseil Général de Mayotte, le CDTM exerce ses missions dans le cadre de la loi n° 92-1341 du 23 décembre 1992 sur la répartition des compétences dans le domaine du tourisme et, a pour principales missions :

- Élaboration et mise en œuvre de la politique touristique départementale arrêtée et conduite par le Conseil Départemental;
- Élaboration, promotion et commercialisation des produits touristiques, en collaboration avec les professionnels;
- Valorisation du patrimoine mahorais à des fins touristiques;
- Accompagnement et soutien à la création d'offices de tourisme et syndicats d'initiative de tourisme;
- Suivi de l'observation de l'activité touristique départementale, en liaison avec l'INSEE.

✓ Le CDTM, dans son rôle principal de coordinateur et d'animateur du développement touristique de l'île, met en œuvre les orientations définies par le Conseil départemental et formule des propositions et conseils dans le cadre de l'élaboration des objectifs dans le domaine de la construction des équipements touristiques.

✓ Le CDTM a longtemps joué le rôle d'Office du tourisme, pour pallier le manque de structure d'accueil et d'information sur le territoire. Avec la création des offices de tourisme intercommunaux, le CDTM pourrait maintenant se concentrer sur ces missions principales

- Au cœur des problématiques de développement, la question des fonctions d'ingénierie et d'accompagnement des projets touristiques qui doivent en effet être accompagnées des moyens humains et financiers

Le Comité du Tourisme

L'outil de promotion de la destination à l'extérieur du Département

- ✓ Le CDTM assure la promotion de la Destination en suivant les orientations stratégiques marketing issues du SDATL

- ✓ Pour conduire ses missions et mettre en place ses actions, le CDTM perçoit des aides financières provenant pour l'essentiel du Conseil départemental et, pour une partie, de l'État. Le CDTM poursuit ses efforts pour promouvoir la destination de Mayotte. En 2017 et 2018, il a participé, avec des clubs de plongée de l'île, au salon de la plongée sous-marine à Paris et a organisé le salon du tourisme et des loisirs de Mayotte. La manifestation, qui permet à de nombreux professionnels de divers univers de présenter leurs offres aux visiteurs, est désormais ancrée dans les actions de promotion en faveur du tourisme.

- ✓ De plus, pour développer une offre touristique régionale, le CDTM déploie également ses actions au sein du concept des Îles Vanille qui regroupe les îles de l'océan Indien (Maurice, Madagascar, La Réunion, Mayotte, les Seychelles et les Comores) sous un label commun afin de constituer une offre régionale compétitive et un pôle attractif dans le tourisme mondial. Plusieurs actions concernent aussi le développement qualitatif et quantitatif de l'accueil des croisiéristes

- Le CDT a un rôle important car il doit assumer à la fois des missions propres à un comité départemental et un comité régional du tourisme. Le CDTM assure aujourd'hui essentiellement la promotion de la destination à l'extérieur, car pour assurer l'ensemble des missions de développement, soit des moyens plus importants sont nécessaires, soit ces moyens doivent être confiés à un autre organisme.

Les Intercommunalités

L'interface avec le territoire et les aménagements publics

Depuis le 1er janvier 2016, Mayotte se compose de 4 Communautés de communes et d'une Communauté d'agglomération :

- La Communauté d'agglomération Mamoudzou-Dembeni (CADEMA)
- La Communauté de communes de Petite-Terre (CCPT)
- La Communauté de communes du Centre Ouest (3CO)
- La Communauté de communes du Sud (CCSUD)
- La Communauté de communes du Nord (en cours de structuration)

Avec la loi NOTRe en 2015, le transfert de la compétence « promotion touristique » a permis la création d'offices de tourisme intercommunaux :

- L'office de tourisme de Petite Terre (Régie à autonomie financière dotée de la personnalité morale)
- L'office de tourisme de l'Ouest (EPIC)
- La structuration est en cours au sein de la CCSUD, avec 2 recrutements dédiés

Les 2 offices de tourisme récemment créés ont déjà mené une réflexion sur leur champ d'actions, mais doivent aussi trouver leur place dans un schéma de gouvernance global de la destination.
Outre la compétence en matière de promotion touristique, d'autres compétences intercommunales peuvent venir renforcer une stratégie régionale, notamment en matière d'aménagement et de gestion de sites et d'équipements publics d'intérêt communautaire.

- Une opportunité de décliner certains volets stratégiques de façon territorialisée
- Un enjeu de gouvernance important, à éclaircir avec tous les partenaires, pour gagner en efficacité
- Une marge de manœuvre à prendre en compte au titre de la libre administration des collectivités territoriales (Intérêt régional VS intérêt communautaire)

Les Chambres consulaires

Fédérateurs et gestionnaires

Les chambres consulaires, sont des établissements public économiques, qui représentent les acteurs professionnels du secteur privé, et défendent leurs intérêts, de manière institutionnalisée et obligatoire.
Elles contribuent à structurer les filières. Elles doivent pouvoir porter une vision prospective sur l'évolution des métiers, des marchés, des emplois, et de la formation.
Elles sont parfois gestionnaires d'équipements et assurent des fonctions de formation.

LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

- Elle est actuellement gestionnaire du Marché couvert de Mamoudzou, du Ponton de plaisance, et de l'aérogare fret de Pamandzi, via une DSP pour laquelle elle s'est à nouveau porté candidate avec de nouvelles ambitions.
- Outre les formations qu'elle propose pour accompagner la création et le développement des entreprises, la CCI Mayotte propose quelques formations dédiées à l'écotourisme.
- La CCI Mayotte fait parti d'un réseau de CCI à l'échelle de l'Océan indien : L'UCCIOI, qui mène aussi des actions en faveur du développement de l'écotourisme

CHAMBRE DES MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT

- Elle a créé en 2009 un Centre de Formation situé à Majicavo, qui est devenu en 2016 l'Université Régionale des Métiers et de l'Artisanat Mayotte
- Elle est aussi à l'initiative, avec le CDTM, de la formation des Taxis touristiques de Mayotte

CHAMBRE D'AGRICULTURE, DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE

- Elle connaît des difficultés financières qui ne lui permettent pas de mener des projets ambitieux. Elle doit se recentrer sur des actions fondamentales, notamment l'amélioration de l'approvisionnement de l'île en produits alimentaires, l'accompagnement de l'aménagement des zones agricoles, et l'appui technique aux agriculteurs.
- Elle pourrait prendre un rôle en matière d'agritourisme, étant donné les enjeux qui gravitent autour de certaines filières (PAPAM notamment), ou encore autour de l'approvisionnement des restaurants.

Les groupements professionnels

Interface transversale avec les professionnels du tourisme

GEMTOUR

Le Groupement des Entreprises Mahoraises du Tourisme est structurée en association, et travaille dans une logique transversale pour fédérer les professionnels autour de projets communs concernant le tourisme mahorais.
Avec une quarantaine d'adhérents dans les secteurs du nautisme, de l'hébergement et de la restauration, du tourisme rural, des transports, de la randonnée, des activités de loisirs, elle s'organise en groupes de travail :

- Hébergements
- Restauration
- Activités Terre
- Activités Mer
- Production locale et commercialisation

Avec des difficultés à lever des fonds de manière pérenne pour financer son fonctionnement, et notamment le maintien d'un poste de coordination et de développement de projet, elle est tout de même un acteur intéressant sur lequel s'appuyer pour dialoguer avec les professionnels, et partager une vision commune du tourisme mahorais.

Par ailleurs, le GEMTOUR pourrait aussi préfigurer le « Club du Tourisme » que souhaite animer le CDTM.

Le but de cette association est de regrouper et fédérer, les acteurs économiques et sociaux, les porteurs de projets et les créateurs d'entreprises autour du développement du tourisme à Mayotte.

Le Groupement soutient et accompagne le développement des entreprises du secteur du tourisme implantées à Mayotte.

GEMTOUR
GROUPEMENT DES ENTREPRISES MAHORAISES DU TOURISME

Nos missions :

=> Structurer la filière

=> Assurer une veille juridique et économique

=> Constituer un véritable groupe d'influence

=> Organiser des actions de valorisation et de promotion

Le GEMTOUR,

est une structure associative,

créé suite aux Assises du Tourisme,

sous l'impulsion des acteurs économiques mahorais

et des institutions d'Etat : CCI, DIECCTE et du Comité du Tourisme de Mayotte (CDTM).

Le Conservatoire du Littoral

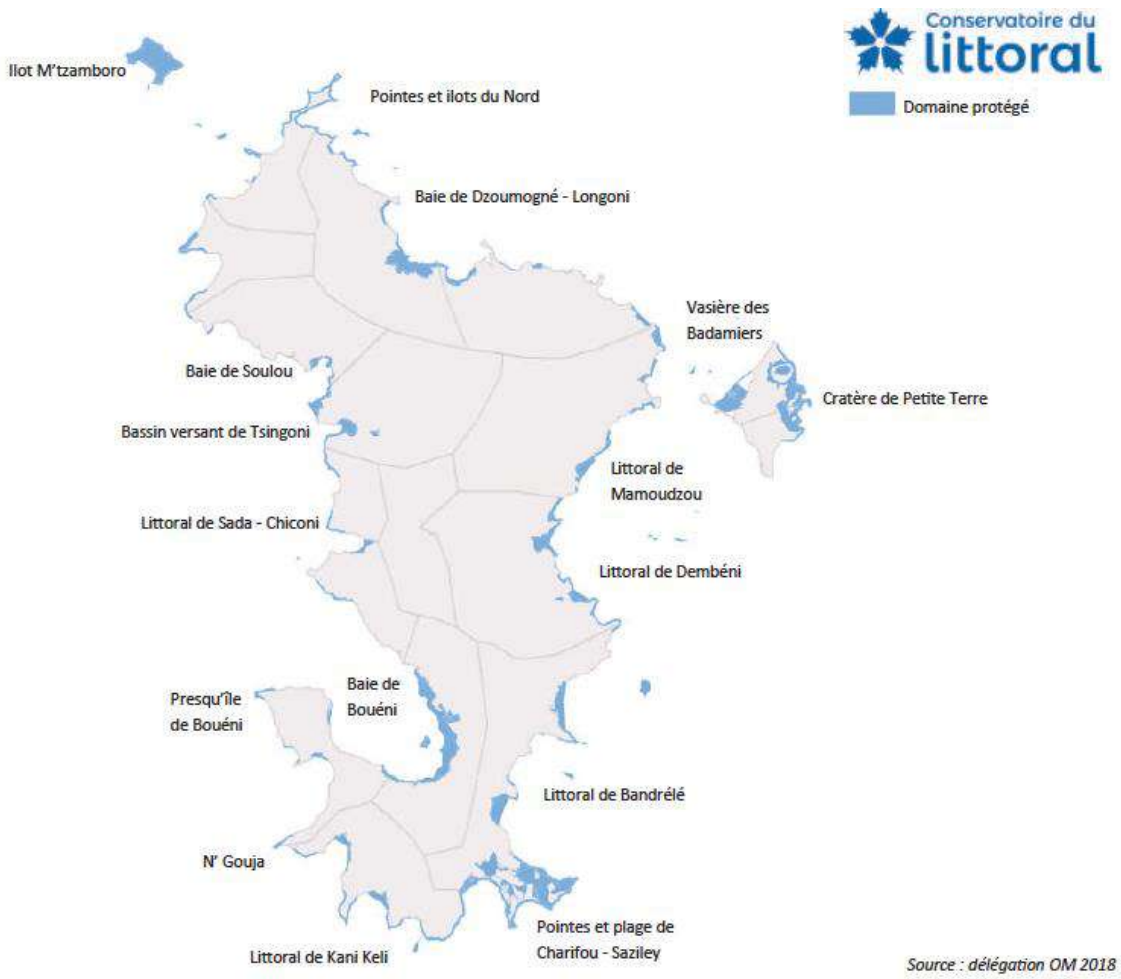
Un acteur incontournable de l'aménagement littoral

Grâce à son intervention foncière, le Conservatoire du littoral **protège définitivement 2 791 hectares de rivages boisés, sableux ou rocheux répartis sur une 21 sites**. Face aux grands enjeux de biodiversité, de nombreux habitats d'espèces menacées et d'écosystèmes remarquables sont ainsi préservés : plages de pontes pour les tortues marines, lacs, mangroves, îlots, forêt sèche…

Les actions sont conduites selon 3 axes d'intervention :

- Maintenir de grandes entités paysagères naturelles
- Protéger les écosystèmes littoraux à intérêt écologique fort
- Accueillir le public sur les sites pour la découverte et la sensibilisation aux enjeux de préservation du patrimoine naturel et culturel

Le Département, gestionnaire des sites, a créé une cellule de gestion composée d'environ une cinquantaine de gardes du littoral. Ils assurent la surveillance, l'entretien des sentiers, une coordination des usages agricoles et un suivi des écosystèmes et des espèces. Chaque année, un comité de gestion est organisé pour chaque site. Il rassemble les élus locaux, les partenaires et les associations pour présenter le bilan des actions engagées et pour valider la programmation annuelle des actions de gestion.



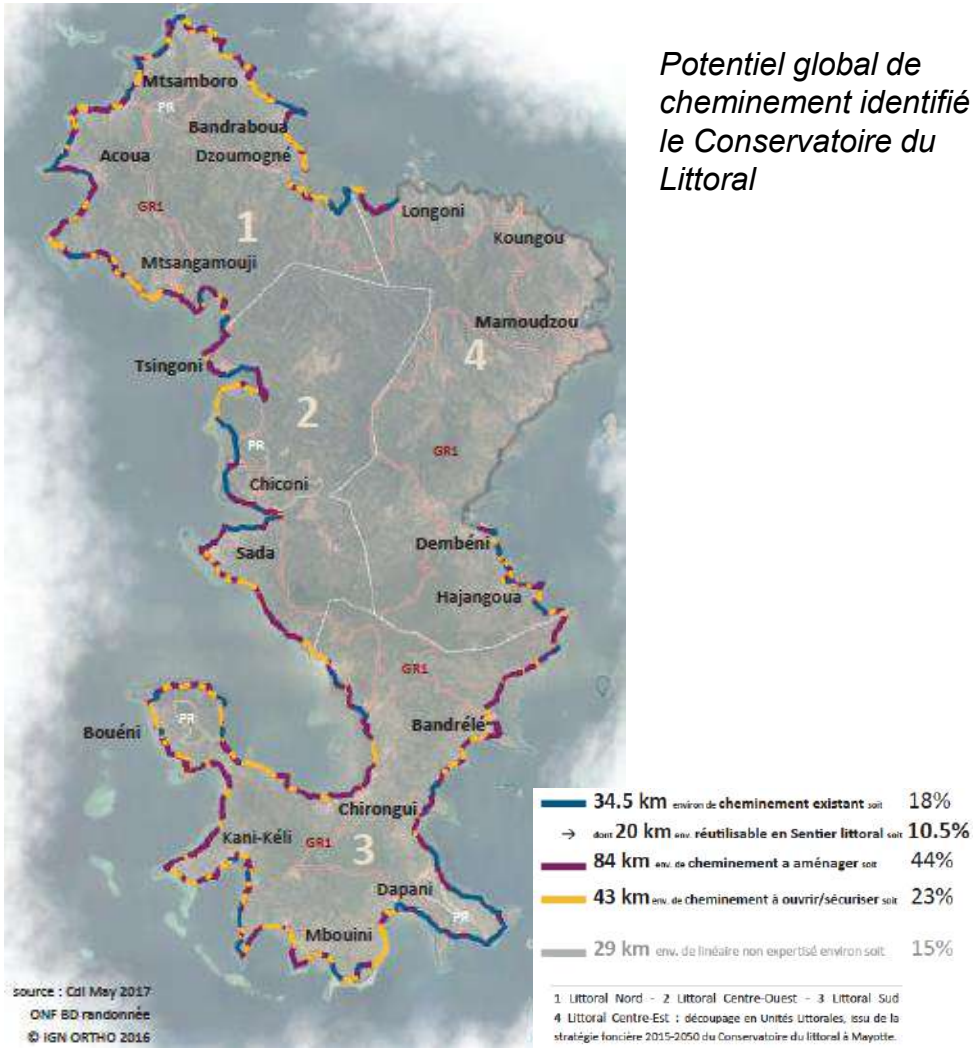
Le Conservatoire du Littoral

Un acteur incontournable de l'aménagement littoral

En 2017-2018, le Conservatoire du Littoral a mené une étude de faisabilité et d'opportunité pour la création du Sentier Littoral « Tour de Grande Terre ».

Le sentier littoral est un « *tracé ouvert au public, devant permettre d'accéder librement et gratuitement au rivage et de cheminer le plus possible le long de la mer, en tenant compte de l'évolution prévisible du rivage afin d'assurer la pérennité du cheminement des piétons* » MEDDTL, 2012

Le Conservatoire du Littoral tente aussi de déléguer certains services, notamment pour assurer la présence sur site, la gestion de l'aire de bivouac et exploitation de la maison de Saziley sur le site des Pointes et plages de Saziley-Charifou (communes de Bandrélé et Kani Kéli)

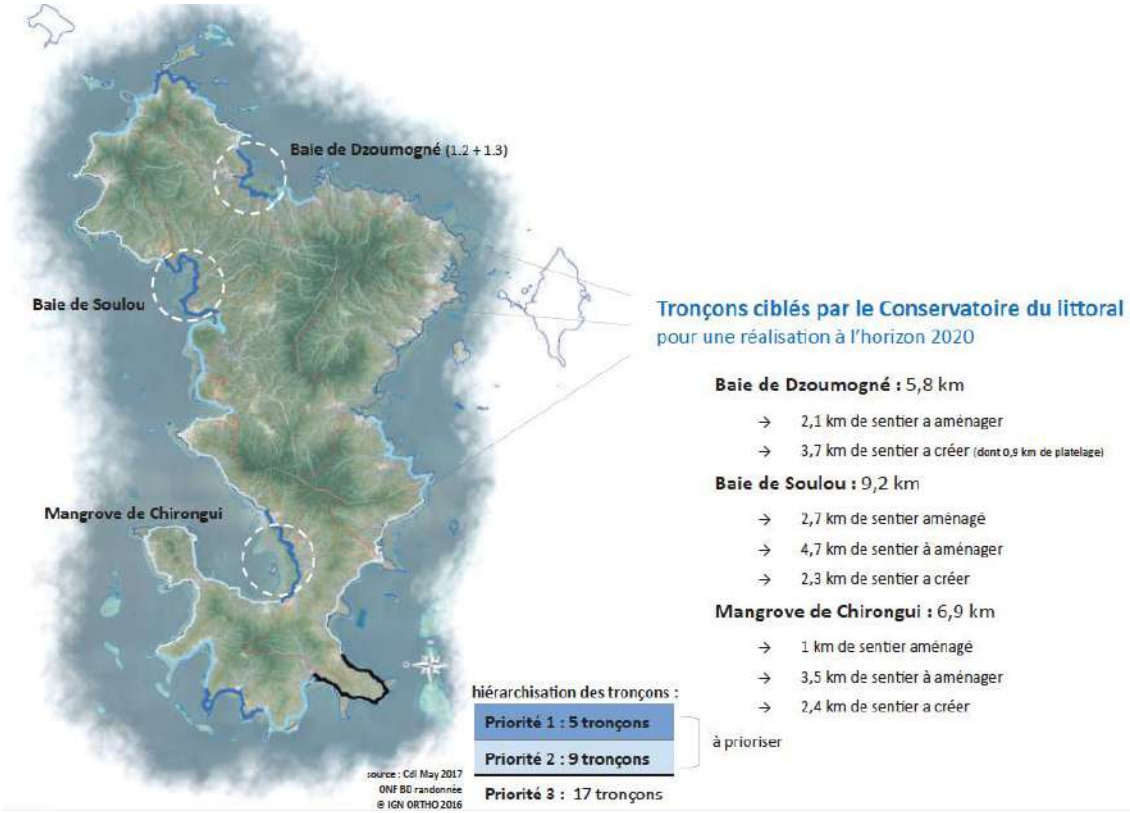


Potentiel global de cheminement identifié par le Conservatoire du Littoral

Le Conservatoire du Littoral

Un acteur incontournable de l'aménagement littoral

Ce sont donc 3 tronçons identifiés comme prioritaires, et qui viennent renforcer des projets locaux de valorisation, qui vont faire l'objet d'un aménagement d'ici 2020 :



Tronçons ciblés par le Conservatoire du littoral
pour une réalisation à l'horizon 2020

Baie de Dzoumogné : 5,8 km
- → 2,1 km de sentier a aménager
- → 3,7 km de sentier a créer (dont 0,9 km de platelage)

Baie de Soulou : 9,2 km
- → 2,7 km de sentier aménagé
- → 4,7 km de sentier à aménager
- → 2,3 km de sentier a créer

Mangrove de Chirongui : 6,9 km
- → 1 km de sentier aménagé
- → 3,5 km de sentier à aménager
- → 2,4 km de sentier a créer

hiérarchisation des tronçons :
- **Priorité 1 : 5 tronçons** } à prioriser
- **Priorité 2 : 9 tronçons**
- **Priorité 3 :** 17 tronçons

Le Parc Naturel Marin

A la fois un atout marketing pour le lagon, et un outil de tourisme durable

Le Parc naturel marin de Mayotte, 1er parc naturel marin créé en outre-mer, a été créé en 2010. Situé dans le canal du Mozambique, un des hauts lieux de la biodiversité mondiale, il couvre l'ensemble de la zone économique exclusive (68 800 km²). Sur une île où les ressources de la mer constituent la principale source de protéine et la pêche, le second secteur d'activité, concilier protection du milieu marin et développement durable des activités constitue un des défis à relever par le Parc.

Le Parc vise sept grandes orientations qui constituent le point de mire des actions qu'il met en place. La 5ème orientation « **Faire découvrir le milieu marin et la biodiversité grâce à l'organisation des activités de loisirs et la professionnalisation des acteurs du tourisme »** en fait un acteur incontournable du tourisme mahorais, et les autres orientations y contribue aussi largement, notamment dans une logique de tourisme durable.

Pour décliner ces orientations, la Parc a mis en place certaines actions, qui sont de véritables outils à mettre en synergie avec la stratégie touristique globale, issus du plan de gestion qui prévoit donc notamment 2 volets en lien avec le tourisme et les loisirs : un Volet « Faire découvrir » et un Volet « Formation »

- Un travail sur le zonage des espaces sensibles du point de vue environnemental, et des zones dédiées à l'accueil des publics
- Une gestion de certains conflits d'usage sur les plages et le lagon
- La mise en place de bouées d'amarrage qui permettent d'éviter aux plaisanciers et bateaux de plongées de jeter l'ancre
- La création de sentiers sous-marins, avec des partenariats d'exploitation locaux
- La diffusion de la charte d'approche des mammifères marins, et une démarche en cours plus ambitieuse de labellisation HQWW
- Un projet de mise en place d'une licence professionnelle pour les plaisanciers professionnels

Le Parc naturel marin de Mayotte promeut le développement diversifiée d'une offre écotouristique, et les pratiques écoresponsables.

Des actions qui visent à rapprocher les mahorais de leurs patrimoines peuvent aussi constituer le socle d'une stratégie de tourisme durable.

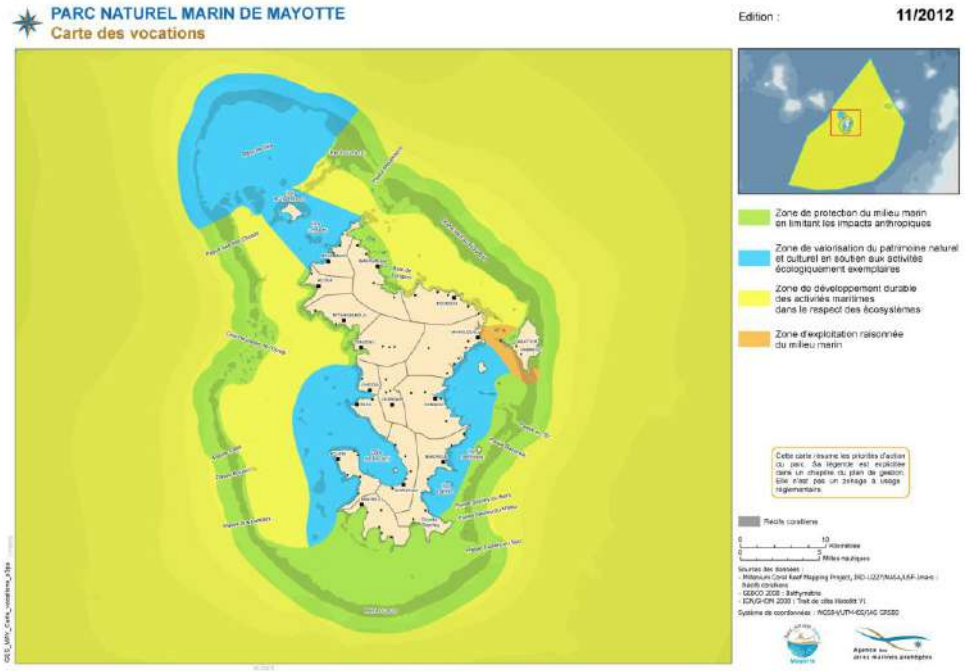
Des actions qui visent aussi à maintenir les savoirs et pratiques traditionnelles « vivantes », et le patrimoine culturel lié au milieu marin, à valoriser auprès des publics touristiques

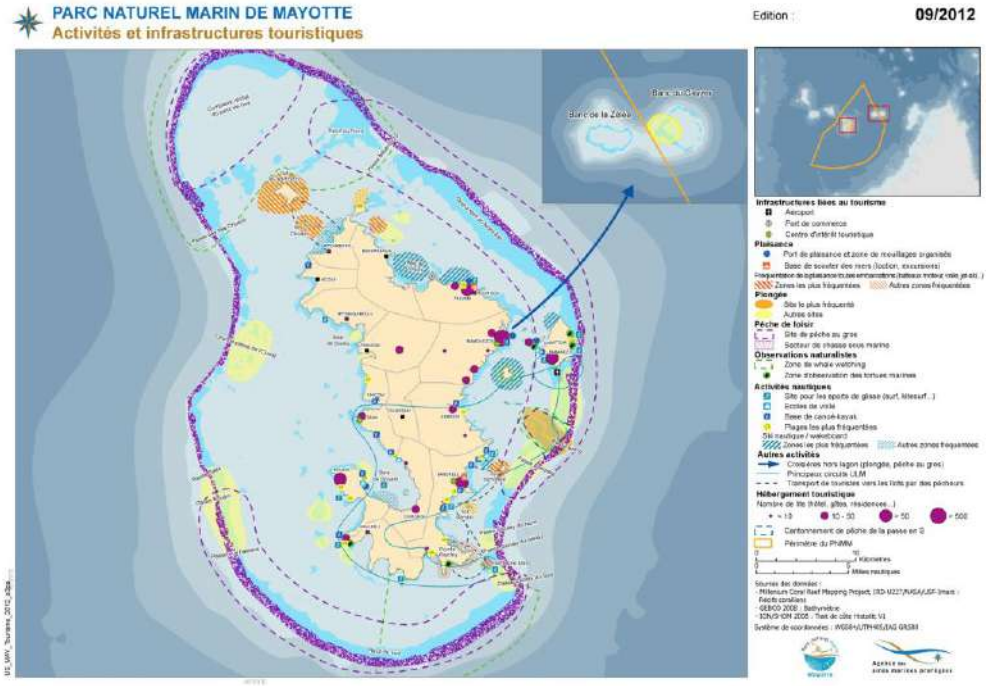
Le Parc Naturel Marin

A la fois un atout marketing pour le lagon, et un outil de tourisme durable

La carte des vocations permet d'identifier, en bleu, les zones les plus propices au développement d'un écotourisme exemplaire lié au lagon, en cohérence avec les priorités d'action du Parc Marin :

- La façade Est au sud de Mamoudzou, jusqu'à la pointe Saziley
- La façade Ouest au sud de Chiconi, notamment la baie de Bouéni
- Mtsamboro, notamment les ilôts





Le Parc Marin de Mayotte a notamment réalisé un inventaire précis et localisé des pratiques touristiques et de loisirs, qui figure au plan de gestion, et qui permet de bien cibler les efforts à réaliser sur l'existant, en matière de formation et d'écoresponsabilité.

L'Office National des Forêts

Un acteur au cœur de l'enjeu de diversification de l'offre, avec l'accueil des publics en forêt

La refonte du Code forestier en 2012, a marqué l'arrivée de l'Office national des Forêts (ONF) à Mayotte. L'ONF a pris naturellement la gestion de la forêt domaniale et l'application du régime forestier dans les autres forêts publiques (forêts départementales et terrains du Conservatoire du littoral) et se place dans un rôle d'acteur de développement économique avec des missions élargies aux infrastructures de dessertes forestières et agricoles, aux aménagements des forêts pour le public, à la création de sentiers de randonnées, etc.

Plusieurs sites sont déjà concernés par des études et plan d'aménagement comme :

- La Forêt domaniale de Voundzé : sentiers de randonnée et accès au sommet de l'île, le Mont Bénara
- La Forêt domaniale de Dapani et les Forêts départementales du Mont Tchaourembo et des Monts Benara : sentiers de randonnée conduisant au Mont Choungui, emblématique de l'île
- Les Forêts départementales de Sohoa, des Monts Dziani Bolé et Hachiroungou, de Satra Gori et des Monts Choungui, de Majimbini-Madjabalini, de Maevadoani : sentiers de randonnée
- Les Mangroves, réparties sur tout le littoral

L'ONF s'est aussi positionné comme conseil auprès du Département pour une étude globale sur la randonnée, avec en appui, l'ONF Réunion qui a développé une bonne expertise du sujet.

Autres institutions

Accompagnement technique et financier, et attractivité

LES SERVICES DE L'ÉTAT

Les services de l'Etat sont nombreux à intervenir dans les dossiers de développement des projets touristiques. Il est important de les associer à la définition des projets afin de faciliter leur position d' « accompagnateurs ».

SGAR : représentant du préfet, et donc de l'Etat sur les dossiers de développement économique. A Mayotte, il est gestionnaire des fonds FEDER notamment.

DJSCS : accompagne le développement des activités sportives, et potentiellement sur les sports de nature, et les activités socio-culturelles. Elle est aussi l'interlocuteur des encadrants sportifs professionnels, et veille au respect des certaines réglementations en matière d'encadrement des loisirs, notamment les accueils collectifs de mineurs.

DAC : met en œuvre la politique culturelle de l'Etat sur le territoire et peut permettre des synergies intéressantes avec les projets du Département

DIECCTE : accompagne les entreprises dans le respect des réglementations sur la concurrence, le travail, etc.

DEAL : accompagne les projets d'aménagement, du point de vue du respect de la réglementation sur l'urbanisme, les risques naturels, la protection de l'environnement…

DAAF : elle est gestionnaire des fonds FEADER, et accompagne le développement des zones rurales, notamment avec le dispositif LEADER qu'elle coordonne, en lien avec les Groupes d'action locale (3 GAL existants à Mayotte : Ouest Grand Sud, Est Mahorais, et Nord Centre) , et à travers le Réseau Rural.

AUTRES AGENCES ET ÉTABLISSEMENTS

Plusieurs autres acteurs interviennent sur le tourisme, à différents moments d'un projet.

EPFAM : Un établissement public foncier et d'aménagement qui doit permettre de mener des actions cohérentes de mobilisation de foncier et d'aménagement à vocation de projet, en partenariat entre l'État et les collectivités locales. L'EPFAM mène notamment une étude sur la zone de Hagnoundrou, en vue de définir un projet écotouristique

VANILLA ISLAND ORGANIZATION : Un projet à l'échelle des Îles de l'ouest de l'Océan Indien, pour promouvoir la zone comme une véritable destination, distincte de l'Afrique. Ses thématiques de prédilections sont la Croisière et l'Ecotourisme.

ADIM : Une agence du Département en lien avec la CCI, qui travaille sur l'attractivité de Mayotte pour mieux accompagner les entreprises et l'innovation.

6.2. Marketing

Le CDTM, pilote de la promotion de la destination à l'extérieur

Une approche marketing qui doit être support du développement des offres et aménagements

Le CDTM met en œuvre différentes actions pour assurer la promotion de la destination

- Editions : News Letter, Manuel des ventes, dossier de presse, Guide Plongée et Activités nautiques, Affiches, magazine Vacances et Loisirs, Dépliant Croisière
- Salons
  - Pour le marché français, marché prioritaire pour la destination Mayotte, le CDTM participe à différents salons dont Salon de la Plongée Sous Marine, Salon Top Résa
  - Pour le marché allemand, une représentation sous-traitée + Salon ITB Berlin et Salon Boot à Dusseldorf
  - Iles Vanille : International Tourisme Fair madagascar, Festival gastronomique des Comores, Festival Liberté Métisse à la Réunion
- Internet : Site Web mayotte-tourisme.com et page facebook Tourisme Mayotte
- Et d'autres actions : Phototèque, Eductours, Accueil Presse

- **La destination, c'est Mayotte dans son ensemble**. La promotion doit donc être réalisée sur tout le territoire. Une approche par territoire n'aurait pas de sens auprès de la clientèle extérieure.
- Le CDTM constitue l'outil qui porte la promotion de la destination Mayotte.
- **La responsabilité de certaines missions doit être clarifiée**, notamment entre le CDTM, Département, l'ADIM, la CCI... Par exemple, la porte d'entrée pour les journalistes n'est pas claire aujourd'hui.
- **La collaboration entre le Département et le CDTM doit être renforcée**, notamment dans le cadre d'un Département pilote et animateur du Schéma de développement touristique.
- **Une approche marketing sera également à développer auprès de la population, en partenariat avec les offices de tourisme intercommunaux** qui sont en cours de structuration.

6.3. Financements publics

Les Fonds structurels européens

L'Europe : 325 millions d'euros pour accompagner Mayotte

LES ENVELOPPES GLOBALES

L'accession de Mayotte au statut de RUP a été actée par la décision du Conseil européen du 11 juillet 2012. À ce titre, Mayotte bénéficie depuis le 1er janvier 2014 des fonds structurels européens qui remplacent les aides allouées jusqu'alors pour le compte du FED.

Dans le cadre des Programmes opérationnels (PO) européens 2014-2020 (plan d'actions chiffré par fonds), Mayotte reçoit une enveloppe globale de 325,54 millions d'euros, dont :

- 148,9 millions d'euros pour le Fonds européen de développement régional (FEDER), qui finance des aides directes aux investissements dans les entreprises, des infrastructures diverses, des instruments financiers pour soutenir le développement régional et local et des mesures d'assistance technique,
- 65,5 millions d'euros pour le Fonds social européen (FSE), principal dispositif européen de soutien à l'emploi,
- 14,3 millions d'euros au titre de l'Initiative pour l'emploi des jeunes (IEJ),
- 33,8 millions d'euros pour la Coopération territoriale européenne (CTE) (dont 12,0 pour le volet transfrontalier et 21,8 pour le volet transnational Réunion-Mayotte),
- 60,0 millions d'euros pour le Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER), un instrument de financement et de programmation de la politique agricole commune,
- 3,04 millions d'euros pour le Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche (FEAMP).

Les Fonds structurels européens

L'Europe : 325 millions d'euros pour accompagner Mayotte

DES FONDS FEDER AFFECTÉS AU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

FEDER AXE 1 : PROTEGER ET VALORISER LE PATRIMOINE NATUREL ET L'ENVIRONNEMENT EN METTANT A NIVEAU LES INFRASTRUCTURES D'ALIMENTATION EN EAU ET D'ASSAINISSEMENT ET ENAMELIORANT LA GESTION DES DECHETS

OBJECTIF SPECIFIQUE 1.4 : Développer le tourisme durable à Mayotte : ***1,8 millions initialement affectés sur la période 2014-2020, sous forme d'appels à projets, instruits par la DEAL.*** ***Un seul projet a été retenu (aménagement de Musical Plage à Bandrélé), et l'OS 1.4 a été fermé avec un basculement des fonds sur les autres OS de l'axe 1***

Opérations éligibles :

► études, investissements et équipements légers des sites tournés vers la mer (aires protégées, plages d'intérêt pour le tourisme, zones de mouillage et d'équipement légers en mer, plan de balisage …) pour l'aménagement de sites accompagnés pour l'accueil des touristes et du public

► actions exemplaires et généralisables de sensibilisation, protection, préservation et valorisation écotouristique des milieux naturels marins et de la biodiversité sur des sites naturels ciblés (

► projets venant en appui à la communication et à la diffusion de la connaissance, éducation à l'environnement et au patrimoine naturel marin dans le cadre des investissements soutenus ;

FEDER AXE 3 : DÉVELOPPER L'ENGAGEMENT DE MAYOTTE EN FAVEUR DE LA RECHERCHE, L'INNOVATION, L'ÉDUCATION À L'ENTREPRENEURIAT ET LA COMPÉTITIVITÉ DES ENTREPRISES

OBJECTIF SPECIFIQUE 3.3 : Créer de nouveaux emplois à travers une amélioration de la capacité individuelle des PME à financer et développer de nouveaux produits et services, notamment dans les domaines de la stratégie régionale d'innovation et de spécialisation intelligente : ***10 millions d'euros via 4 appels à projets en 2015 et 2016, 2017 et 2019 - instruits par le SGAR***

Exemples d'opérations éligibles

► implantation ou extension de structures hôtelières, résidences de tourisme, meublés de tourisme et chambres d'hôte ; de restaurants de tourisme; de musées ; de sites, monuments touristiques et attractions touristiques similaires ...

► travaux et aménagements visant la montée en gamme de l'offre d'hébergement touristique existante ; développement d'activités nouvelles, terrestres ou maritimes, dédiées à la clientèle touristique ;

► mise en valeur de produits nouveaux, notamment artisanaux, dédiés à la clientèle touristique.

Les Fonds structurels européens

L'Europe : 325 millions d'euros pour accompagner Mayotte

DES FONDS FEADER, AFFECTÉS SUR LE PROGRAMME LEADER ANIMÉ PAR 3 GROUPES D'ACTIONS LOCAUX (GAL), DONT CERTAINES FICHES-ACTIONS PORTENT SUR LE TOURISME

En accord avec l'Union européenne et l'Accord de partenariat, la Préfecture et la DAAF de Mayotte qui a délégation des missions de gestion et de pilotage sur le FEADER ont décidé d'attribuer 5,3 % des crédits FEADER à l'approche LEADER, **soit 3 180 000 €.**

Le taux de cofinancement du FEADER sur la mesure LEADER sera de 90 % et s'appliquera à toutes les opérations LEADER.
Le Conseil Départemental de Mayotte est cofinancer de la mesure à hauteur de 10% permettant aux opérations LEADER d'atteindre un taux de financement public de 100%.
Sont potentiellement concernés les acteurs privés (associations, entreprises...) et publics (communes, établissements publics...) œuvrant dans l'agriculture, la pêche, le tourisme, l'environnement, les activités pleine nature et la culture.

3 GAL, portés par 3 association dédiées, se sont constitués pour animer la démarche sur les territoire, disposant chacun d'une enveloppe de 958 334,32 € :

- **Le GAL Est Mahorais** est composé de 4 communes : Mamoudzou, Dzaoudzi, Dembeni et Pamandzi.
- **Le GAL Nord et Centre de Mayotte** couvre 5 communes : Acoua, Bandraboua, Mtsamboro, Mtsangamouji et Tsingoni,
- **Le GAL Ouest Grand Sud** concerne 7 communes : Kani-Kéli, Bouéni, Chirongui, Bandrélé, Sada, Chiconi et Ouangani

GAL EST MAHORAIS

Une stratégie qui cible notamment la valorisation écotouristique des espaces naturels, les loisirs et la formation, et se décline en fiches-actions :

FICHE ACTION 1 : PATRIMOINES ET SAVOIR-FAIRE
Secteurs d'activité concernés : artisanat, agriculture, pêche, tourisme, environnement, EEDD

Opérations éligibles :
- ► Actions de découverte, promotion et interprétation
- ► Actions de formation et mise en réseau
- ► Création et développement d'activités et infrastructures touristiques

FICHE ACTION 4 : CULTURE ET LIEN SOCIAL
Secteurs d'activité concernés : cultures, lien social

Opérations éligibles :
- ► Aide à la création, au maintien et à l'aménagement de lieux de vie, d'échanges, de rencontres et d'espaces multimédias
- ► Aide à la création, au maintien et à l'aménagement de lieux dédiés à la culture, au sport, la vie associative et aux loisirs
- ► Soutien aux actions de promotion et valorisation d'activités et manifestations existantes
- ► Actions de formation et mise en réseau

Les Fonds structurels européens

L'Europe : 325 millions d'euros pour accompagner Mayotte

DES FONDS FEADER, AFFECTÉS SUR LE PROGRAMME LEADER ANIMÉ PAR 3 GROUPES D'ACTIONS LOCAUX (GAL), DONT CERTAINES FICHES-ACTIONS PORTENT SUR LE TOURISME

GAL NORD ET CENTRE DE MAYOTTE

Un des axes stratégiques porte sur la promotion des activités écotouristiques, et se décline en fiches-actions :

FICHE ACTION 3 : SOUTENIR LES ACTIONS AGROTOURISTIQUES ET LE TOURISME CULINAIRE

Secteurs d'activité concernés : agriculture, tourisme, hébergement

Opérations éligibles :

- ► Aménagement de fermes pédagogiques, activités d'accueil à la ferme et points de vente à la ferme
- ► Construction et aménagement de sites d'hébergements touristiques : gîtes ruraux et chambres d'hôtes
- ► Offre de restauration à base de produits locaux issus de l'agriculture et de la pêche

FICHE ACTION 4 : FAIRE DÉCOUVRIR LE PATRIMOINE NATUREL ET CULTUREL AU PLUS GRAND NOMBRE

Secteurs d'activité concernés : culture, patrimoine, environnement

Opérations éligibles :

- ► Structuration et création d'activités touristiques et de pleine nature
- ► Aménagement et mise en accessibilité de sites naturels et culturels
- ► Actions de communication et de signalétique sur les sites naturels et culturels
- ► Organisation d'événements culturels
- ► Aménagement intérieur de musées et mise en place d'expositions

FICHE ACTION 5 : SENSIBILISER À LA PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT ET DU PATRIMOINE

Secteurs d'activité concernés : environnement, patrimoine

Opérations éligibles :

- ► Organisation de journées thématiques et visites de site
- ► Campagne de communication
- ► Création d'outils pédagogiques
- ► Campagnes de nettoyage

FICHE ACTION 6 : RENFORCER LES CAPACITÉS DES ACTEURS DE L'ÉCOTOURISME

Secteurs d'activité concernés : tourisme, formations

Opérations éligibles :

- ► Formations ou journées d'échange
- ► Journées d'information
- ► Elaboration de support de formation

Les Fonds structurels européens

L'Europe : 325 millions d'euros pour accompagner Mayotte

DES FONDS FEADER, AFFECTÉS SUR LE PROGRAMME LEADER ANIMÉ PAR 3 GROUPES D'ACTIONS LOCAUX (GAL), DONT CERTAINES FICHES-ACTIONS PORTENT SUR LE TOURISME

GAL OUEST GRAND SUD

Une stratégie qui cible notamment la valorisation écotouristique des espaces naturels, le lien social et la formation, et se décline en fiches-actions :

FICHE ACTION 2 : ECOTOURISME

Secteurs d'activité concernés : tourisme, environnement

Opérations éligibles :

- Actions d'aménagements de sites naturels
- Actions de création d'activités d'écotourisme
- Actions d'échanges et formation
- Création et aménagement de lieux d'hébergement

FICHE ACTION 3 : SENSIBILISATION À L'ENVIRONNEMENT

Secteurs d'activité concernés : environnement, social, EEDD

Opérations éligibles :

- Création d'outils et supports de sensibilisation
- Actions de sensibilisation, découverte et valorisation
- Mise en réseau et montée en compétence

FICHE ACTION 4 : ACCÈS À LA CULTURE

Secteurs d'activité concernés : cultures, lien social

Opérations éligibles :

- Aménagement et équipement d'espaces dédiés
- Création d'actions et évènements fédérateurs de promotion culturelle
- Mise en réseau et montée en compétence des acteurs

Le Contrat de Plan État Région

CPER 2015-2020 : 193 millions de l'Etat pour accompagner Mayotte

Le CPER 2015-2020 a pris la succession du CPER 2008-2013 en matière de définition des axes stratégiques de développement de Mayotte. S'appuyant sur les dispositions de « Mayotte 2025 », les stratégies et schémas régionaux, mais aussi sur les orientations des programmes opérationnels des fonds européens, le CPER 2015-2020 traduit de manière contractuelle les priorités partagées entre le Département et l'État sur les questions de l'aménagement et du développement du territoire.

Le contrat se décline en huit volets thématiques prioritaires, auxquels s'ajoute un financement dédié à l'assistance technique.

Le montant total des projets contractualisés s'élève à 378,5 millions d'euros, dont 193,0 millions investis par l'État (51,0 %) et 185,5 millions par le Département (49,0 %).

« Mayotte 2025 » est un document stratégique voulu par le Président de la République et qui trace, pour les dix années couvrant la période 2015-2025, le cheminement du Département vers le droit commun de la République. Élaboré avec le concours de l'État, des élus de Mayotte et des principaux acteurs socio-économiques de l'île, le document est structuré autour de six thématiques prioritaires, déclinés en objectifs à atteindre à l'échéance 2025.

C'est donc aujourd'hui le « Plan de Convergence », en cours de finalisation, qui prendra le relai du CPER, avec un cofinancement de l'Etat d'environ 600 millions d'€ sur 4 ans, et une ligne identifiée sur les infrastructures et aménagements touristiques.

Maquette financière du CPER 2015-2020

Projet	Crédits contractualisés *(en euros)*	
	État	Département
- Les infrastructures et les services collectifs de base, la vulnérabilité des territoires et des populations	118 606 100	54 300 000
- L'aménagement urbain et le soutien aux dynamiques territoriales	12 600 000	22 900 000
- La gestion des ressources énergétiques et environnementales et les filières d'excellence	3 678 300	1 000 000
- Le développement de la recherche et de l'innovation	200 000	4 700 000
- La cohésion sociale et l'employabilité	6 200 000	13 500 000
- Le développement économique durable	7 800 000	19 050 000
- Le numérique	1 656 000	3 624 000
- La mobilité	40 800 000	65 000 000
- Assitance technique	1 500 000	1 500 000

Source : Préfecture de Mayotte

Actions inscrites dans « Mayotte 2025 »

Thème	Objectif 2025
Un cadre institutionnel performant	Parachever la départementalisation, renforcer les collectivités territoriales et conforter la réorganisation de l'administration territoriale de l'État
Une éducation de qualité, des formations et une politique d'insertion au service de la jeunesse	Assurer les conditions de réussite éducative de tous les jeunes Mahorais
Un tissu économique développé	Contribuer à résorber le déficit d'équipements et accompagner le renforcement de filières économiques pérennes au soutien de l'emploi et de la compétitivité
Un secteur sanitaire et une cohésion sociale exemplaires	Contribuer à l'amélioration de la santé des Mahorais, protéger la jeunesse en danger et partager un agenda social ambitieux
Une politique de l'habitat et de la ville adaptée aux enjeux du territoire et aux risques naturels	Libérer le foncier pour faciliter la mise en place d'une politique du logement ambitieuse
Une gestion durable des richesses naturelles	Valoriser les richesses naturelles et la biodiversité du territoire et accélérer la mise en place des équipements indispensables à la gestion des ressources et des déchets

Source : Préfecture de Mayotte

Les aides directes du Département

Une politique départementale d'aide au tourisme, à optimiser

AIDE À L'INVESTISSEMENT (AI)

L'aide à l'investissement du Département de Mayotte a pour finalité de favoriser la création et le développement de TPE et PME installées localement en favorisant leur capacité de production, l'élévation de leur niveau technologique, et leur compétitivité.

Sont éligibles à l'aide à l'investissement : les dépenses d'investissement relatives à la modernisation et à la sécurisation des locaux d'activité ; les dépenses d'investissement relatives à l'acquisition et la modernisation de l'outil de production : investissement de productivité ; les études et expertises liées au projet pour lequel l'aide est demandée, dans la limité de 8 % du budget d'investissement éligible ; l'acquisition de logiciels

Le cumul des aides accordées avec d'autres aides sur fonds publics est limité en matière d'aides directes aux entreprises à 70 % des dépenses éligibles. La subvention est plafonnée à 150 000 € en 3 tranches (50 000 € par tranche). Les dossiers sont instruits par l'ADIM. Une enveloppe de 1 500 € est aussi dédiée à l'accompagnement du projet.

AIDE À L'INITIATIVE DES JEUNES (PIJ)

Aide directe d'environ 6 320 € pour les moins de 30 ans qui créent une activité en lien avec le service à la personne. Cette aide peut monter à 7 320 € pour les personnes en situation de handicap, et une enveloppe de 1 000 € est dédiée à l'accompagnement du projet

AIDE À L'INITIATIVE DES FEMMES (AIF)

Aide directe d'environ 3 000 € cumulable avec les autres aides hors PIJ, et une enveloppe de 250 € dédiée à l'accompagnement du projet

AIDES À LA CRÉATION DES OFFICES DE TOURISME INTERCOMMUNAUX

Une enveloppe spécifique a été mobilisée par le Département, afin d'encourager les EPCI à préfigurer leur Office de tourisme intercommunal.
Chaque EPCI peut solliciter en 2019 une aide à hauteur d'environ 200 000 € par EPCI, en fonction de ses besoins.

Ce dispositif exceptionnel est une mesure transitoire qui, si elle est pérennisée, sera davantage encadrée suite à la validation du SRDTLM.

Aides départementales accordées en 2018 au secteur du tourisme

FILIERE	MONTANT AI	MONTANT AIF	MONTANT PIJ	TOTAL FILIERE
hébergement	50 000,00 €	3 000,00 €	0,00 €	53 000,00 €
loisirs	82 463,00 €	0,00 €	0,00 €	82 463,00 €
restauration	83 472,00 €	3 000,00 €	0,00 €	135 463,00 €
Total général	**215 935,00 €**	**6 000,00 €**	**0,00 €**	**221 935,00 €**

Le Microcrédit

Une solution prisée par les Mahorais

LE RECOURS AU MICROCRÉDIT
(GÉNÉRALEMENT DOUBLÉ D'UN ACCOMPAGNEMENT À LA CRÉATION D'ENTREPRISE)

Mayotte est le DOM qui recourt le plus au Microcrédit, preuve d'un certain dynamisme de la population en matière d'entreprenariat individuel, ou en petit collectif.

Plusieurs dispositifs existent, faisant l'objet d'une convention d'objectifs et de moyens entre les organismes et le Département :

- L'ADIE qui intervient auprès des publics les plus fragiles (microcrédits professionnels, prêt d'honneurs, dispositif NACRE, microcrédits personnels pour l'emploi) ;
- La couveuse d'entreprises Oudjérébou propose un hébergement juridique, un accompagnement personnalisé et des formations à la gestion d'entreprise pour les créateurs d'entreprises.
- La Boutique de Gestion de Mayotte (BGE), organisme de référence en matière d'accompagnement, a pour mission le déploiement d'actions d'émergence, de maturation, d'accompagnement et de suivi auprès d'un public éloigné de la culture entrepreneuriale.
- L'accompagnement des entreprises par les structures financées par le Département, notamment l'ADIM qui instruit les demandes d'aide à l'investissement, mais aussi la Chambre de Commerce et d'industrie (CCI), et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat (CMA)

AUTRES AIDES INDIRECTES, APPUYÉES PAR LE DÉPARTEMENT

- Exonération d'octroi de mer, par la délibération 2018.00165 du 27 août 2018 - annexe 3 concernant l'hébergement et la restauration (construction, équipement, mobilier)
- Plateforme Initiative Mayotte, cofinancéé par le Département accompagne la création, le développement, et la reprise d'entreprises (TPE, PME, PMI), avec un prêt à taux zéro jusqu'à 20 000 €, couplé à un financement bancaire
- L'ADIE propose aussi un prêt d'honneur à taux zéro jusqu'à 5 000 €, qui doit être couplé à un microcrédit plafonné à 15 000€
- L'Agence Française de Développement gère un outil de garantie bancaire et des prêts aux entreprises.

Les aides fiscales

Défiscalisation spécifique à l'Outre-mer

DES MESURES SPÉCIFIQUES DE DÉFISCALISATION DES INVESTISSEMENTS

Pour favoriser les investissements en outre-mer, qu'il s'agisse d'investissements productifs dans certains secteurs ou des investissements en logements, des dispositifs de défiscalisation, plus avantageux qu'en métropole, ont été successivement créés ou amendés par les lois dites « Pons » en 1986, « Paul » en 2001, puis « Girardin » en 2003 dans les départements et collectivités d'outre-mer. Ces dispositifs consistent en la réduction d'impôt sur le revenu pour les contribuables soumis à l'IRPP ou d'impôt sur les bénéfices pour les entreprises (déductions de leurs résultats imposables).

En mai 2009, une modification législative du dispositif « Girardin » a été actée par la loi pour le développement économique des outre-mer (LODEOM). Cette modification visait à abaisser les seuils d'agrément en deçà desquels la défiscalisation s'effectuait de plein droit, dans un objectif de renforcer les contrôles, et à limiter les avantages qui ne se justifiaient plus (pour la navigation de plaisance notamment).

En ce qui concerne les investissements productifs, les principales modifications apportées par cette loi entaient les suivantes :

- l'éligibilité de deux nouveaux secteurs aux dispositifs de défiscalisation : celui de la recherche, en raison de son impact sur la compétitivité des entreprises, et celui du financement de projets de câbles sous-marins, en raison du coût élevé des liaisons et de la nécessité de sécuriser les communications ;
- l'élargissement de l'avantage fiscal aux exploitants d'hôtel et non plus au seul propriétaire, afin d'aider ce secteur ;
- le taux de la défiscalisation sur les navires de plaisance est ramené à 50 % (après 70 %) en raison des nombreux abus constatés (délocalisation vers d'autres îles) et du constat que la flotte était reconstituée ;
- l'exclusion des véhicules de tourisme du dispositif de défiscalisation ;
- la suppression du plein droit dans le secteur du transport ;
- le plafonnement des investissements dans le secteur des énergies renouvelables.

AUTRES MESURES

- **Plusieurs dispositifs coexistent pour diminuer le coût du travail**. Il s'agit principalement de la réduction de taxe sur les salaires pour les entreprises et d'un régime spécifique d'exonérations de charges sociales.
- **Une réduction de la cotisation d'impôt sur le revenu** de 30 % - plafonnée à` 6 700 € - pour Mayotte.
- **L'instauration par la LODEOM** (Loi pour le développement économique des Outre-mer) de **zones franches d'activité** est venue alléger les prélèvements fiscaux des entreprises, en instaurant **des abattements sur les bénéfices imposables**

6.4. Emplois et formation

L’emploi et l’entreprenariat dans le tourisme

Un poids du tourisme apparemment faible, en déclin, mais finalement peu mesuré

Selon l’INSEE (enquête emploi), en 2017, Mayotte comptait près de 50 000 actifs occupés, pour 67 000 actifs au total, et un taux d’activité de presque 50%, alors qu’il n’était que de 40% en 2013. En revanche si l’emploi augmente, le chômage augmente plus vite, du fait de la forte croissance démographique. Avec un taux record en 2018, année où l’économie a été impactée par la disparition d’emplois aidés et les mouvements sociaux. **En effet, 35% des mahorais, en âge de travailler - soit environ 51 400 personnes - recherchent un emploi, un taux a priori jamais attient dans aucun DOM.** Les femmes et le natifs de l’étranger sont les plus toucher.

Pour observer le poids du tourisme et des loisirs dans l’économie mahoraise, on peut notamment observer notamment les secteurs d’activité comme l’’hébergement et la restauration, et les activité de l’accueil et du guidage. Mais aussi d’autres activités supports dont une partie est impactée par la fréquentation touristique, par exemple l’encadrement des sports et loisirs, ou encore le transport de personnes. *Mais peu de données sont disponible. Quelques analyses ont été faite sur l’hébergement touristique :* Déjà peu nombreuses, les structures d’hébergement se réduisent et recrutent peu. En effet, seules 3,5 % des offres d’emplois enregistrées à Pôle emploi en 2016 concernaient le tourisme. Les mesures prises pour structurer le secteur et promouvoir la destination de Mayotte n’impactent pas ce secteur dont le potentiel de développement reste à réaliser.

Le tourisme représente en 2015 (dernière année disponible) 7,1 % des entreprises actives de Mayotte et concentre à peine 5,3 % des effectifs salariés. Sur les 1 673 offres d’emplois enregistrées par Pôle emploi au cours de l’année 2016, seules 59 émanent du secteur de l’hôtellerie et de la restauration (soit 3,5 %), en diminution de 4,8 % sur un an. Par ailleurs, le rythme de créations de structures d’hébergement ou de restauration diminue (de 58 en 2014 à 52 en 2015). Néanmoins, les entreprises du secteur en cessation d’activité sont moins nombreuses en 2015 qu’en 2014 (35 contre 59).

L’informel : un poids économique limité

Le poids économique des entreprises informelles est plus faible que celui des entreprises formelles. Elles réalisent 114 millions d’euros de chiffre d’affaires (contre 1,64 milliards d’euros pour les entreprises formelles), dont elles dégagent 54 millions d’euros de valeur ajoutée (contre 525 millions d’euros pour les entreprises formelles). Elles contribuent donc à 9 % de la valeur ajoutée générée par l’ensemble des entreprises mahoraises non agricoles et non financières. Le poids de l’informel est toutefois nettement plus élevé à Mayotte que dans l’ensemble des départements français : les comptes nationaux estiment cette activité informelle à 1 % de la valeur ajoutée des entreprises non financières et non agricoles.

Un tiers des entreprises informelles sont des entreprises de commerce et elles génèrent un quart de la valeur ajoutée « informelle ». Il s’agit très souvent de vente ambulante de fruits et légumes ou de boissons, ou encore de petites épiceries. Néanmoins, ce n’est pas dans le commerce que l’informel pèse le plus : seulement 11 % de la valeur ajoutée du commerce à Mayotte est générée par des entreprises informelles.

L'emploi et l'entreprenariat dans le tourisme

Un besoin marqué en formation et en accompagnement à la création d'entreprises

Avec une population qui a doublé en 20 ans, et une croissance démographique qui s'accélère depuis 2012 avec des flux migratoires importants, Mayotte est un Département très jeune dans tous les sens du terme, puisque 46% de la population à moins de 14 ans ! Près de 40% de la population est de nationalité étrangère dont la moitié en situation irrégulière. Les mineurs étrangers nés à Mayotte pourront accéder à la nationalité française. **Les enjeux sur la formation et l'emploi sont donc cruciaux.**

Selon l'INSEE, on note à Mayotte une **forte croissance de la création d'entreprises, notamment des entreprises individuelles, ces dernières années.**

- En 2015, 2360 entreprises exerçant une activité marchande hors secteur agricole et financier, étaient suivies par les services fiscaux, employant 11 410 salariés en ETP, et 90% de ces entreprises sont des TPE souvent sans salarié.
- En 2016, 797 nouvelles entreprises ont été créées, dont 599 entreprises individuelles

Des outils de microcrédit, de prêt d'honneur et de garantie bancaire existent actuellement afin de faciliter l'amélioration de la trésorerie ou l'accès au prêt bancaire des TPE, PME et des entreprises agricoles. Ces dispositifs sont toutefois insuffisamment mobilisés, notamment parce que les bénéficiaires potentiels manquent d'informations, de compétences pour monter des dossiers de financement adaptés, et d'accompagnement dans la mobilisation des outils financiers.

Les entreprises souffrent ainsi d'un double besoin de moyens pour l'investissement productif ou commercial, d'accompagnement et de ressources humaines adaptées à leur développement.

Les entreprises de Mayotte manquent de main d'œuvre qualifiée. 80% des demandeurs d'emploi ont un niveau inférieur ou égal au niveau V (CAP).

Les priorités en matière de formation concernent :

- la lutte contre l'illéttrisme,
- le développement de la mobilité hors Mayotte, notamment pour former des cadres de haut niveau
- la formation préqualifiante pour des postes d'encadrement intermédiaire
- L'apprentissage, dont les dispositifs sont déployés par le RSMA et les chambres consulaires
- L'insertion par l'activité économique, notamment à travers les programmes opérationnels européens (FSE, DIECCTE)

Formation Hôtellerie-Restauration

Des métiers à valoriser, dont les formations répondent aux besoins en main d'oeuvre

FORMATIONS HÔTELLERIE-RESTAURATION		
BTS et Mise à niveau : Hôtellerie-Restauration, option B Art culinaire, art de la table et du service	Mamoudzou	Lycée professionnel de Kaweni
BAC PRO Cuisine BAC PRO Commercialisation et services en restauration	Mamoudzou	Lycée professionnel de Kaweni
BAC Techno STHR BAC Tecno Hôtellerie	Mamoudzou	Lycée professionnel de Kaweni
CAP Cuisine (poss apprentissage) CAP Restaurant (poss apprentissage)	Mamoudzou	Lycée professionnel de Kaweni
Titre professionnel niveau IV - Réceptionniste en hôtellerie	Coconi	Développement Agro-Économique & Sécurité Alimentaire (DAESA)
Titre professionnel Cuisinier	Mamoudzou	Apprentis d'Auteuil Mayotte (AGEPAC) (LEA L'Espérance)
Garçon serveur de restaurant	Combani	RSMA
Agent de restauration - Aide cuisinier	Combani	RSMA
Titre professionnel Agent de restauration	Mamoudzou	Apprentis d'Auteuil Mayotte (AGEPAC) (LEA L'Espérance)
Titre professionnel Serveur	Mamoudzou	Apprentis d'Auteuil Mayotte (AGEPAC) (LEA L'Espérance)
Assistant en service Hôtelier (ASSOH)	Ouangani	SOMAHAZI SARL
PIOP Niveau V et IV Métiers du Tourisme, de l'Hôtellerie et de la Restauration	Passamainti	Développement Agro-Économique & Sécurité Alimentaire (DAESA)
Préqualification niveaux IV et V - Métiers du tourisme, Hôtellerie et Restauration + SDB	Coconi / Dembeni	Développement Agro-Économique & Sécurité Alimentaire (DAESA)

- Des formations HR existantes permettent aux jeunes motivés qui disposent des qualités nécessaires à la pratique de ces métiers d'accéder d'une part à la valorisation de leurs savoir-faire via l'obtention d'un titre, et d'autre part de bénéficier d'une mise à niveau pour des postes à responsabilité. Les personnes formées, même au lycée de Kaweni en formation initiale, n'arrivent pas très tôt en formation, après des parcours solaires parfois difficiles.
- Les personnes motivées trouvent des débouchés immédiatement, en revanche les personnes les plus qualifiées valorisent leurs compétences souvent en quittant l'île qui ne leur propose pas d'emploi adapté à leur niveau.

Formation Tourisme et Loisirs

Des formations aux métiers de tourisme et des loisirs assez limitées, mais en progression

FORMATIONS TOURISME		
Licence pro Tourisme et Culture	Maurice	CCI - MCCI Business School Maurice – 5 Places
BTS Tourisme	Mamoudzou	CAMAS FORMATION/INSTITUT AERO FORMATION
Ecotourisme	Mamoudzou	CCI / OPCALIA / MCCI Business School Maurice
FORMATIONS ANIMATIONS SPORTS ET LOISIRS GÉNÉRALISTES		
BPJEPS Activités pour tous (APT) UC 1 et 2	Dzaoudzi	École d'Apprentissage Maritime de Mayotte (EAM, AFODEMAM)
BPJEPS Activités pour tous (APT)	Mamoudzou	Comité Régional Olympique et Sportif de Mayotte (CROS)
BPJEPS Transversal Sport	Mamoudzou	Comité Régional Olympique et Sportif de Mayotte (CROS)
BAFD	Mamoudzou	Association territoriale des CEMEA de Mayotte (CEMEA)
CQP Animateur loisirs sportifs	Mamoudzou	UFOLEP MAYOTTE (UM) et RSMA
Guide Pays / préparation probatoire AMM	Coconi	CFPPA
FORMATIONS MÉTIERS DU LAGON - PLONGÉE		
Préqualification niveaux IV et V - Métiers du lagon	Pamandzi	SCUBAORE PLONGEE
BPJEPS Plongée aquatique et Natation	Mamoudzou	SCUBAORE PLONGEE
Capitaine 200	Dzaoudzi	École d'Apprentissage Maritime de Mayotte (EAM, AFODEMAM)
FORMATIONS ENVIRONNEMENT		
Métiers de l'Environnement, du Développement durable, et de la transition écologique	Mamoudzou	Apprentis d'Auteuil Mayotte (AGEPAC) (LEA L'Espérance)
Bac pro Gestion des milieux naturels et de la faune	Mamoudzou	Apprentis d'Auteuil Mayotte (AGEPAC) (LEA L'Espérance)

- Aucune formation n'est orientée sur les métiers de l'ingénierie de projet touristique alors que Mayotte a encore beaucoup à construire. Le BTS Tourisme répertorié sur la plateforme CARIF-OREF n'a pas pu démarrer à la rentrée 2018
- La formation aux métiers du lagon, du guidage pays, et de l'environnement peut être une véritable porte d'entrée pour travailler dans le tourisme à Mayotte, et s'en inspirer pour formaliser l'ingénierie pédagogique d'une formation de base aux métiers mahorais du tourisme, de niveau III et II pourrait être pertinent

La formation aux métiers de l'Animation

Des formations liées à l'encadrement des loisirs qui se développent

FORMATIONS ANIMATIONS SPORTS ET LOISIRS GÉNÉRALISTES		
BPJEPS Activités pour tous (APT) UC 1 et 2 Transversal	Dzaoudzi	École d'Apprentissage Maritime de Mayotte (EAM, AFODEMAM)
BPJEPS Activités pour tous (APT)	Mamoudzou	Comité Régional Olympique et Sportif de Mayotte (CROS)
BPJEPS Transversal Sport	Mamoudzou	Comité Régional Olympique et Sportif de Mayotte (CROS)
BAFD	Mamoudzou	Association territoriale des CEMEA de Mayotte (CEMEA)
CQP Animateur loisirs sportifs	Mamoudzou	UFOLEP MAYOTTE (UM)
FORMATIONS MÉTIERS DU LAGON - PLONGÉE		
Préqualification niveaux IV et V - Métiers du lagon	Pamandzi	SCUBAORE PLONGEE
BPJEPS Plongée aquatique et Natation	Mamoudzou	SCUBAORE PLONGEE
Capitaine 200	Dzaoudzi	École d'Apprentissage Maritime de Mayotte (EAM, AFODEMAM)
FORMATIONS ENVIRONNEMENT		
Métiers de l'Environnement, du Développement durable, et de la transition écologique	Mamoudzou	Apprentis d'Auteuil Mayotte (AGEPAC) (LEA L'Espérance)
Bac pro Gestion des milieux naturels et de la faune	Mamoudzou	Apprentis d'Auteuil Mayotte (AGEPAC) (LEA L'Espérance)

- Les exigences françaises relatives à l'encadrement des activités physiques et sportives contre rémunération sont un vrai gage de qualité de l'encadrement, notamment en matière de sécurité pour les activités à risque qui se déroulent en milieu dit « spécifique », comme la plongée par exemple, et ce, comparativement à d'autres destinations.
- En revanche, ces formations n'incluent pas de modules concernant les langues étrangères, ou encore les spécificités des patrimoines locaux, qu'ils soient naturels ou culturels. Des synergies doivent donc être mise en place pour que les professionnels du tourisme et des loisirs puissent être formés de manière « globale ».

Formation à certains métiers « supports »

Des formations sur des fonctions supports à mettre en avant

FORMATION BIEN-ÊTRE, SPA, ESTHÉTIQUE		
CAP Esthétique, Cosmétique, Vente	Mamoudzou	Académie Esthétique Spa
Spa praticen	Mamoudzou	Académie Esthétique Spa
FORMATION TRANSPORT DE PERSONNES		
Attestation de capacité professionnelle de transport léger de personnes	Mamoudzou	Mayotte Consulting et Formation (MCF)
FORMATIONS LANGUES - ANGLAIS		
Immersion et séjour linguistique - Anglais professionnel du tourisme	Dembéni	Développement Agro-Économique & Sécurité Alimentaire (DAESA)
Anglais commercial (OPCALIA)	Mamoudzou	GT Formations
Anglais professionnel	Kaweni	HODINA FORMATION (HODINA)

- La formation aux métiers liés aux fonctions support sont tout aussi important pour la qualité de la destination, qui doit inclure l'ensemble de la chaine de valeur (comme la formation des taxis par exemple qui a débutée avec les Taxis Touristiques et va se poursuivre sur l'initiative d'un partenariat entre la CMAM et le CDTM, notamment en vue d'améliorer l'accueil des croisiéristes)
- La formation aux métiers du bien-être existe déjà et pourrait être un atout pour l'intégration de la filière dans une stratégie de développement touristique

6.5. Observation et évaluation

Observation et Évaluation

Des objectifs d'observation et critères d'évaluation qui restent encore à définir

L'OBSERVATION consiste à mesurer les phénomènes touristiques existants, et donc de produire des données. Bien que les méthodes d'observation progressent, elles restent à adapter au cas par cas, en fonction des objectifs recherchés dans l'analyse des données qui seront produites.

L'ÉVALUATION consiste à analyser les effets d'une politique publique et sa mise en œuvre, et est souvent difficile, car elle nécessite la mise en place d'outils et de méthodes qui sont à définir en amont, mais aussi qui nécessite de connaître un état initial des situations à évaluer, et donc de se doter de moyens d'observation efficaces et constants, dès le départ.

Observation et évaluation dont donc deux démarches complémentaires qui doivent concourir à différents types d'objectifs, dont quelques exemples peuvent être cités :

- Evaluer le poids du tourisme dans l'emploi, l'entreprenariat et l'économie, afin de mettre en place des mesures d'accompagnement de certains secteurs définis comme stratégiques, et afin de mieux considérer les retombées du tourisme sur d'autres secteurs d'activité, comme les transports, l'agriculture, l'agroalimentaire, pour identifier certains leviers
- Connaître et anticiper les flux de visite dans des sites sensibles, qui nécessiterait des mesures de protection, de gestion des flux, et des aménagements spécifiques, mais aussi connaître les effets du tourisme sur la consommation des ressources et la production de déchets, ou encore sur les prix du logement, et des biens de consommation, afin d'anticiper sur les besoins et éviter les effets pervers.
- Fournir aux porteurs de projet des données de base pour mener leurs études de marché et développer leurs projets de façon appropriée, adapter leur offre, permettre une vision prospective sur les besoins en aménagement et en formation, et optimiser les démarches qualité à toutes les étapes du parcours du visiteur
- Considérer les retombées des campagne de communication et de promotion sur certains types de publics en observant les flux de fréquentation, et améliorer leur efficacité
- Contribuer à alimenter les systèmes d'observation et d'évaluation à d'autres échelles de territoire, en normalisant les outils et méthode, et en identifiant des critères pertinents, notamment du point de vue de la durabilité.

Observation et Évaluation

A Mayotte, des données qui restent à produire et à croiser

CDTM – INSEE

Pour répondre à sa mission de « Suivi de l'observation de l'activité touristique départemental », le CDTM collabore depuis plusieurs années avec l'antenne de l'INSEE-Mayotte dans le cadre de l'enquête sur les flux touristiques annuels.

Depuis fin 2014, le CDT a développé un pôle observatoire-veille qui a pour missions d'assurer une collaboration avec des partenaires extérieurs et de conduire, produire avec les moyens internes, des enquêtes et des notes techniques. Afin de suivre l'évolution de l'activité touristique « au plus près », le CDTM a mis en place des enquêtes de conjoncture auprès d'un échantillon de prestataires touristiques locaux.

Mais les moyens sont insuffisants, notamment du fait que les professionnels enquêtés sont plutôt réticents aux enquêtes.

Donc les analyses restent partielles, et de véritables outils et méthodes d'observation et d'évaluation, même s'ils sont préconisés dans de nombreuses études, ne semblent pas opérationnels à des fins d'analyse sectorielle sur les filières du tourisme, qui sont très transversales, avec des impacts directs et indirects sur de nombreuses activités.

DES DONNÉES QUI RESTENT À PRODUIRE

Certaines pistes peuvent sembler intéressantes à observer, par exemple :

- La vie associative mahoraise et ses liens avec le tourisme et les loisirs, car elle semble dynamique et des enjeux de professionnalisation et de création d'emploi pourraient être importants.
- Le suivi satisfaction des clientèles, à l'aéroport par exemple, qui pourrait être confié à un prestataire extérieur sur une durée assez longue pour permettre d'observer des évolutions et mesurer les impacts de certains politiques. Ces études sont généralement chères mais permettent d'objectiver véritablement certains constats, et d'améliorer l'efficacité des politiques publiques.

DES DONNÉES À CROISER DAVANTAGE

Plusieurs structures tentent d'observer la vie économique mahoraise, tant pour ses impacts positifs que négatifs.

- L'exemple du Parc Naturel Marin, qui tente de suivre les impacts des activités humaines sur la biodiversité et se dote donc d'outils de connaissance et de suivi des milieux et des activités, peut être intéressant à capitaliser davantage. Certaines données produites par le Parc marin pourraient donc être croisées avec des données sur l'emploi, et sur la fréquentation touristique.
- Toujours à titre d'exemple, l'installation d'écocompteurs sur des sites stratégiques de fréquentation touristique, pourrait permettre de mieux connaître les flux et de prendre des décisions stratégiques en matière d'aménagement de sentier de randonnée, etc.

Ces pistes sont d'autant plus importante que Mayotte se positionne sur la notion de tourisme durable, qui doit donc générer des emplois sans compromettre les ressources, et faire en sorte que les mahorais deviennent bien à la fois les acteurs et les publics de la mise en tourisme

7. Mise en perspective

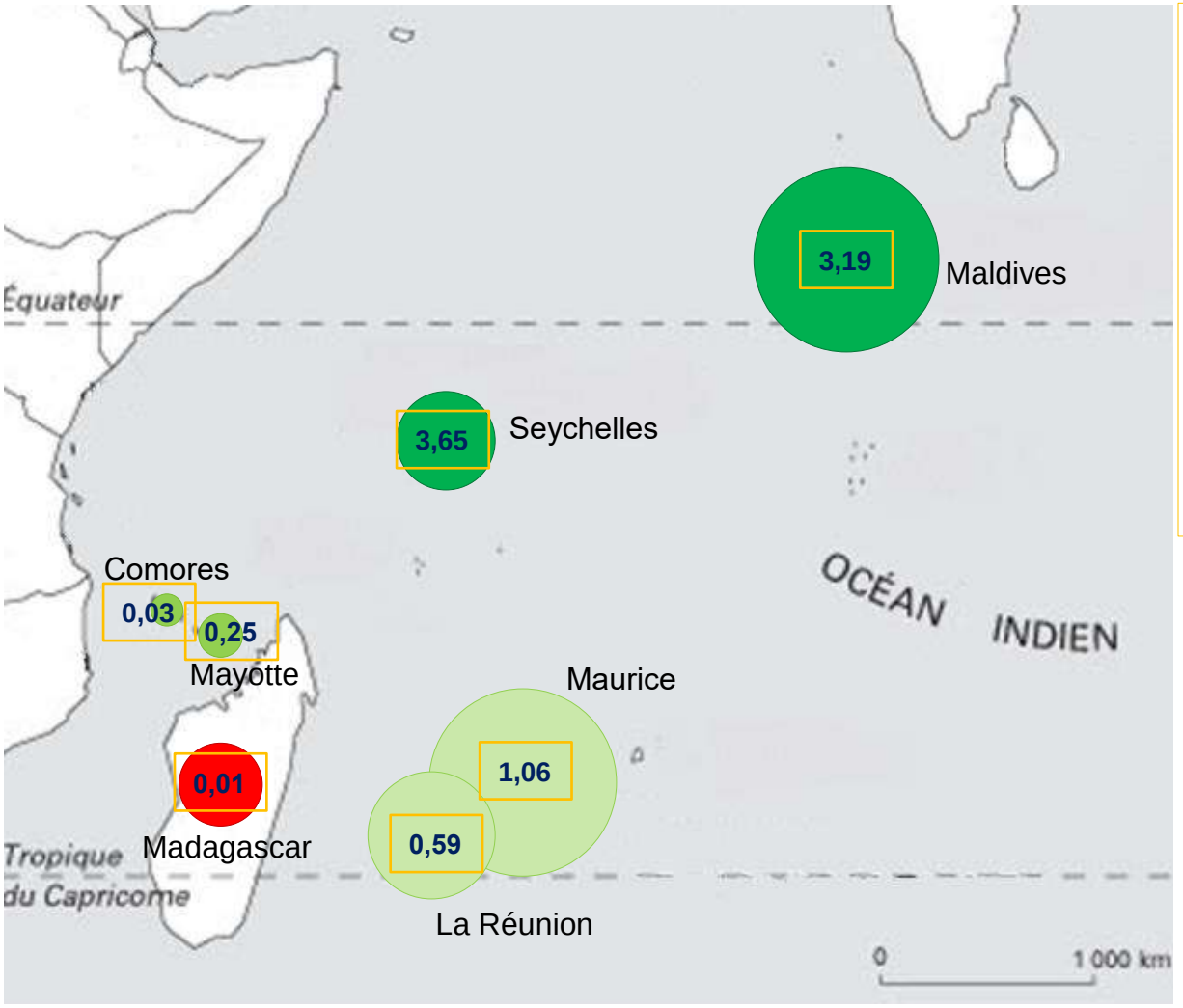
7.1. Analyse concurrentielle

7.1. Analyse concurrentielle

7.1.1. Dynamiques touristiques sur la zone Sud Ouest de l'océan Indien

Dynamiques touristiques sur la zone Sud Ouest de l'océan Indien

La zone concurrentielle



Nombre de touristes en 2017

1 400 000
500 000
250 000
50 000

Évolution de la fréquentation (2008-2017)

>100%
50-100%
25-50%
-30%

Nombre de touristes par habitant en 2017

3,19

→ **Dans le secteur Sud-Ouest de l'Océan Indien, Mayotte compte parmi les destinations les moins fréquentées; elle ne fait pas partie de la catégorie des destinations de renommée internationale.**

Source : études prospectives tourisme réalisées par Horwath HTL

Dynamiques touristiques sur la zone Sud Ouest de l'océan Indien

Des territoires très différents…

Des territoires avec des niveaux de développement humain (IDH) très disparates

- **Les Seychelles et Maurice possèdent les IDH les plus élevés de la zone** et ont vu leur fréquentation touristique doubler entre 2008 et 2017. Le PIB par habitant y est supérieur à 10 000 $ et la quasi-totalité de la population sait lire et écrire.
- **S'en suivent les DOM français de La Réunion** (0,774) **et de Mayotte** (0,750) avec des niveaux d'IDH qui restent bien **inférieurs à la moyenne nationale** (0,901).
- **Les Maldives**, bien qu'étant la destination la plus fréquentée de la zone, présentent un **IDH relativement bas** et se hissent au 136e rang mondial.
- Enfin, **Madagascar et les Comores souffrent d'un IDH bien inférieur au reste de la zone**. La situation économique, sociale et sanitaire y est préoccupante. À Madagascar, le PIB/habitant est 25 fois inférieur à celui de Mayotte et près de 4 habitants sur 10 ne savent pas lire et écrire. Aux Comores, la mortalité infantile est particulièrement élevée (4 fois plus qu'à Mayotte).
- Des territoires qui sont également très contrastés en termes de culture, de religion, d'art de vivre…

Des territoires éloignés des grands marchés émetteurs européens et nord américains en distance-temps et distance-coût

- Mais des **accessibilités inégales** (voir « Dynamiques touristiques sur la zone Sud Ouest de l'océan Indien – L'impact des dessertes aériennes ») avec les Maldives, les Seychelles et l'île Maurice très connectées, La Réunion connectée à quelques hubs européens et asiatiques et Mayotte, les Comores et Madagascar beaucoup moins connectés.

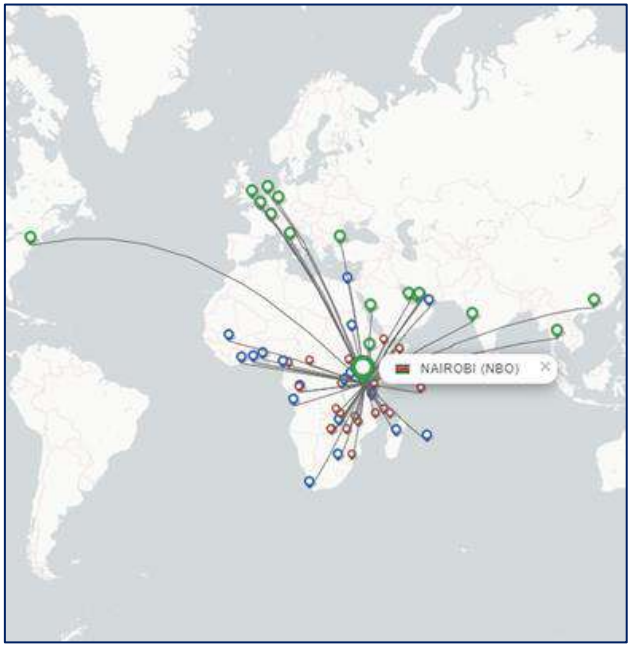
Territoire	IDH (2017)	Rang mondial	PIB/hab (2017)	% mortalité infantile (2015)	% alpha-bétisat° (2015)
Seychelles	0,797	87e	15 076 $ (2016)	13,40 ‰ (2016)	99,05 %
Maurice	0,790	91e	10 547 $	12,20 ‰ (2017)	98,72 %
La Réunion	0,774 (2010)	?	NC	NC	NC
Mayotte	0,750 (2015)	119e	11 448 $USD (2014)	16,00 ‰ (2012)	90,00 % (2017)
Maldives	0,717	136e	10 536 $	9,00 ‰	97,70 % (2014)
Madagascar	0,519	199e	450 $	46,13 ‰ (2013)	64,66 %
Comores	0,503	203e	797 $	63,55 ‰	77,76 %
France	0,901	36e	39 843 $ (2018)	3,90 ‰ (2017)	100,00 % (2019)

Source : PopulationData.net

Des destinations inégalement accessibles

Des destinations inégalement connectées

- **Deux destinations très bien desservies :** Les **Maldives** (39 routes) et **Maurice** (34 routes). Toutes deux sont reliées à des hubs européens, asiatiques et africains.
- **Trois destinations à la connectivité très bonne mais un peu plus limitée** : **La Réunion** (19 routes), **Les Seychelles** (19 routes) et **Madagascar** (18 routes). À noter qu'à nombre de routes similaire, la connectivité de Madagascar se caractérise par de nombreuses routes internes et régionales mais de rares connexions avec les marchés émetteurs. Cette caractéristique se ressent dans la fréquentation touristique de l'île qui est inférieure à cette de La Réunion et des Seychelles de respectivement 50% et 27%. Par ailleurs, les Seychelles sont bien plus connectées au marché européen que La Réunion.
- **Deux destination peu desservies** : **Mayotte** (11 routes) et les **Comores** (10 routes), avec l'avantage pour Mayotte d'être connectée au marché européen via Paris. Cependant cette connectivité aux marchés émetteur reste très limitée.
- **L'aéroport de Nairobi**, hub majeur de l'Afrique de l'Est avec 63 routes, dessert **l'ensemble de la zone à l'exception de La Réunion et des Maldives**. Il présente un intérêt considérable pour l'apport de visiteurs européens, asiatiques, africains et même nord-américains (New-York) aux zones qui lui sont connectées.



Destinations depuis l'aéroport de Nairobi (NBO)
Source : FllightsFrom.com

→ **Des flux touristiques fortement liés à l'accessibilité aérienne des destinations.**

→ **La desserte de Mayotte via l'aéroport de Nairobi est une véritable opportunité : apport de flux touristiques, création de produits combinés…**

Voir les routes aériennes par destination sur la page suivante.

Dynamiques touristiques sur la zone Sud Ouest de l'océan Indien

Les routes aériennes des destinations de la Zone Océan Indien (ZOI)

Comores (10 routes)

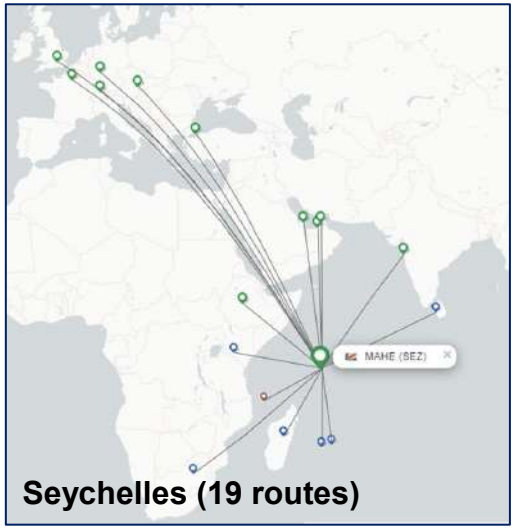
La Réunion (19 routes)

Madagascar (18 routes)

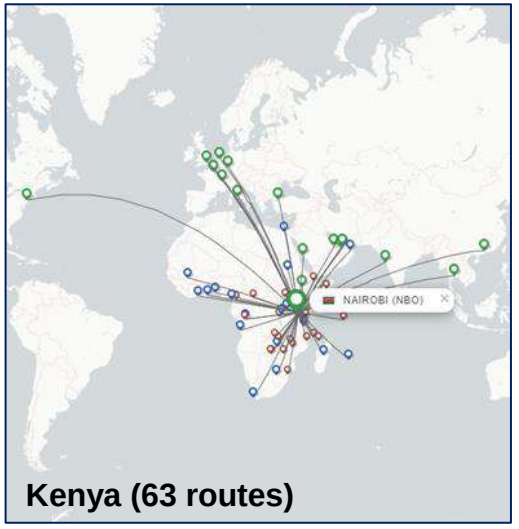
Maldives (39 routes)

Maurice (34 routes)

Mayotte (11 routes)



Seychelles (19 routes)



Kenya (63 routes)

Source : FlightsFrom.com

Dynamiques touristiques sur la zone Sud Ouest de l'océan Indien

Des destinations qui se regroupent en plusieurs catégories

Des destinations qui se regroupent globalement en 3 catégories

- **3 destinations balnéaires haut de gamme :**
  - L'île Maurice
  - Les Maldives
  - Les Seychelles, avec une approche écotouristique
- **Une destination nature avec quelques niches haut de gamme :**
  - Madagascar
- **Une destination Montagne, sportive et dynamique, résolument nature** (randonnées, surf, famille) :
  - La Réunion
- On peut s'interroger sur la **place de Mayotte** dans ces différents positionnements. À priori, Mayotte pourrait être assimilée aux Seychelles et aux Maldives mais elle ne présente pas les mêmes actifs (plages, forte connectivité aux grands marchés émetteurs…). Par ailleurs, Mayotte demeure plus chère avec moins de de diversité d'offres que les îles voisines. Ainsi l'île doit trouver un positionnement qui lui est propre, en valorisant son côté « bout du monde » et son environnement presque vierge.

Des îles qui cherchent à se rapprocher

- **Association « Îles Vanilles »** qui regroupe Mayotte, l'île Maurice, La Réunion, les Seychelles, les Comores et Madagascar.
- Créée en 2010 dans le but de promouvoir la zone à l'international et de créer des produits combinés.

→ **Mayotte n'est pas concurrente des destinations voisines.**

→ **Pour développer son tourisme, Mayotte doit affirmer un positionnement spécifique au sein de la zone (côté bout du monde, hors des sentiers battus, pas du tourisme de masse…) et cibler les publics y étant sensibles.**

Dynamiques touristiques sur la zone Sud Ouest de l'océan Indien

Zoom sur le marché des croisières : un segment confidentiel

Dynamique des croisières dans l'Océan Indien

- L'Océan Indien n'est pas une destination historique de croisières. Son potentiel est limité du fait de la distance entre les îles (temps, coûts…). Cependant quelques croisières longues sont opérées dans la zone (Costa Croisières, Ponant, Hapag Lloyd, Fred. Olsen Cruise Lines…).
- De nombreuses croisières opèrent à l'Est de Madagascar et dans le Nord de l'Océan Indien (Costa Croisières, Ponant…) : les autres îles Vanilles, notamment Maurice et les Seychelles, ainsi que les Maldives (connexions avec l'Inde et le Sri Lanka). Des croisières qui partent du Sud de l'Europe, passent par le Moyen-Orient et l'Océan Indien mais seulement les Seychelles et La Réunion (15 à 23 jours). Quelques connexions avec l'Afrique du Sud sont parfois opérées.

- Mais Mayotte a connu en 2016 une croissance des croisières, accompagnées d'un dispositif d'accueil mis en place par le CDTM.
- Exemples de croisières faisant escale à Mayotte :
  - Hapag – lloyd Cruises (Société Allemande) – croisières grand luxe :
    - Une croisière de 15 jours : Départ de l'île Maurice, plusieurs escales à Madagascar, Mayotte (1 journée), plusieurs escales aux Seychelles.
    - Propose d'autres croisières dans l'Océan Indien mais qui ne s'arrêtent pas à Mayotte.
  - Fred. Olsen Cruise Lines (Société Norvégienne) :
    - 8 croisières avec escale d'une journée à Mayotte (14 à 140 nuits) : croisières tour du monde, croisières Afrique + Océan Indien, croisières Afrique du Sud + Océan Indien + Asie.

Itinéraire croisière Hapag – lloyd Cruises

- → Un segment encore peu développé sur la zone Océan Indien en raison des distances notamment.
- → Des croisières qui privilégient les destinations plus connues à l'Est de Madagascar.
- → **Des croisières qui représentent un potentiel de croissance de fréquentation important pour Mayotte**
- → **Une qualité d'accueil à assurer**

Dynamiques touristiques sur la zone Sud Ouest de l'océan Indien

Horwath HTL

Exemple : zoom sur les itinéraires de Fred. Olsen Cruise Lines faisant escale à Mayotte

7.1. Analyse concurrentielle

7.1.2. Les destinations de plongée

Le positionnement de Mayotte dans le marché touristique mondial de la plongée

Une destination plongée aux nombreux atouts…

Mayotte : une destination légitime pour le tourisme de plongée

- Tribloo est un site qui recense les meilleurs centres de plongée dans le monde, identifiés par sa communauté de plongeurs de haut niveau, avec la possibilité de réserver des sorties plongée en ligne.
- À Mayotte, le site identifie 2 centres de plongée parmi la dizaine que compte l'île :
  - Abalone Plongée Mayotte (Mzouazia)
  - Nyamba Club (Pamanzi)
- Les meilleurs sites de plongée identifiés : Passe en S, Récif Chirarani, Îlot Choizil et Banc du Boa, Passe Bouéni, Passe Sada, Pointe Barracudas et Ponte Mystérieuse.
- Il met en avant les atouts naturels de l'île qui en font une destination plongée hors pair :

Source : Tribloo

« Un des plus grands lagons du monde »

« Mayotte est surnommée l'île au lagon »

« Une double barrière corallienne quasiment ininterrompue ce qui est quasiment unique dans le monde entier »

« Mayotte est exceptionnelle pour ses richesses en faunes coralliennes protégées par ses récifs »

« Les plongées y sont réellement extraordinaires »

« C'est une destination plongée paradisiaque, envoûtante »

« La Passe en S est reconnue mondialement »

« Le lagon de l'île de Mayotte renferme une faune et flore aquatiques des plus denses »

→ **Un fort potentiel de développement du tourisme de plongée à Mayotte, avec le lagon et la double barrière de corail comme éléments d'attractivité.**

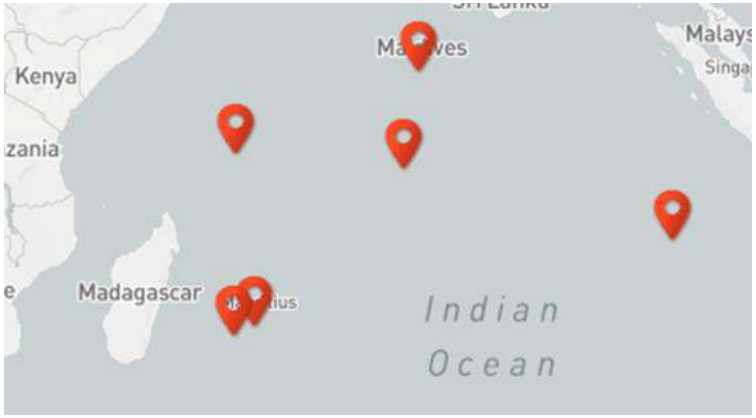
→ **Une activité qui doit se développer de façon responsable, afin de protéger les atouts naturels de l'île.**

Le positionnement de Mayotte dans le marché touristique mondial de la plongée

… dont la visibilité reste limitée à ce jour

Mayotte est peu reconnu comme une destination plongée à l'international

- **PADI** (Professional Association of Diving Instructors) est l'organisation leader de formation de plongeurs dans le monde. Il s'agit d'un réseau de plongeurs majeur au niveau international. Son service PADI Travel permet de préparer des séjours plongée : réservation d'hébergement et d'activités de plongée.
- Mayotte n'est pas référencée sur la carte PADI des destinations plongée de l'Océan Indien (Madagascar est référencée parmi les offres Afrique).
- Pourtant, d'autres destinations moins connues/accessibles le sont (Îles Cocos, Territoire Britannique de l'Océan Indien).
- **Le manque d'infrastructures et d'activités/animations complémentaires** pour les temps hors plongée et/ou les accompagnants ne pratiquant pas la plongée peut être à l'origine de cette non-identification. Le développement d'infrastructures et d'activités connexes permettrait de toucher la **cible Familles**.



Source : PADI Travel

Les données clés du tourisme de plongée

- Depuis 20 ans, PADI délivre en moyenne 900 000 certifications chaque année. Globalement, les plongeurs licenciés sont plutôt des hommes (en moyenne 65%), avec un âge médian de 29 ans.
- Plus de 10 000 opérateurs de plongée dans le monde.
- Un secteur qui engendre d'importantes retombées économiques : en Italie, un plongeur dépense en moyenne 110€ par jour (dont la moitié revient à l'économie locale) et entre 100 et 200$ par jour aux Etats-Unis.

→ **Le tourisme de plongée est une niche intéressante à développer pour Mayotte.**

→ **Enjeu pour la destination d'intégrer les réseaux professionnels du marché pour être plus visible sur le marché**

→ **Une image forte est à construire sur la plongée, pouvant faire effet de levier sur le développement touristique global de la destination (ambassadeurs, compétitions, équipements phares, …)**

Le positionnement de Mayotte dans le marché touristique mondial de la plongée

Exemples de produits touristiques dédiés à la cible plongeurs

Exemples d'offres d'hébergement accessibles et moyen de gamme pour la cible Plongeurs

- **Profondo Blu Ustica Resort (Sicile) :** Un centre de plongée qui propose, en plus de l'activité de plongée, l'hébergement et la restauration. Hébergement dans des petits appartements (studio ou T2) en pension complète pour 20 personnes au total.
- **Flores XP Adventure Tours / XPirates Dive Camp Komodo (Indonésie) :** Agence de voyage / Hébergement dans un dortoir (6 lits), 4 bungalows ou 12 cabanes de pirate. Pension complète, transport inclus vers/depuis l'île. Parties communes : café, lounge, espace de relaxation… Utilisation de l'énergie solaire. Cours/sorties plongée depuis le centre de plongée certifié PADI, location de kayak mais aussi des excursions à la journée (packages randonnée et snorkeling à la découverte de la faune et de la flore locale accompagnée d'un guide).
- **Bira Dive Camp (Indonésie) :** Camp de plongée pour les voyageurs, plongeurs et backpackers à petit budget avec une approche écoresponsable. Hébergement en bungalow (salle de bain privée ou partagée) ou en dortoir (6 ou 8 lits) avec des tarifs « plongeur » (minimum 2 plongées par jour) et « non plongeur ». À savoir que l'hébergement en dortoir est gratuit pour les plongeurs. Petit déjeuner pour tous, déjeuner pour les plongeurs uniquement. Cours de plongée/snorkeling : loisirs, nocturne, certifiés PADI...

Profondo Blu Ustica Resort

XPirates Dive Camp Komodo

→ De nouveaux types d'hébergement, à mi-chemin entre l'hôtel et l'auberge de jeunesse, avec une thématique « plongée » grâce à leur centre de plongée intégré. Ils proposent une offre complète sur place.

→ Ils permettent d'attirer plus facilement ce segment de clientèle, voire d'attirer des familles ou des jeunes qui souhaiteraient s'initier à la pratique de la plongée en bénéficiant d'un encadrement professionnel (techniques, respect de l'environnement…) et d'une offre clé en main.

Bira Dive Camp

Le positionnement de Mayotte dans le marché touristique mondial de la plongée

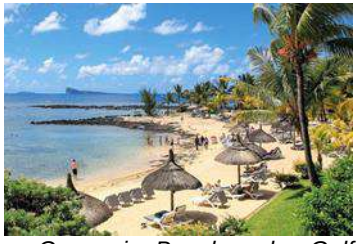
Exemples de produits touristiques dédiés à la cible plongeurs

Exemples d'offres d'hébergement haut de gamme pour la cible Plongeurs

- **Nika Island Resort 5* (Maldives) :** 48 chambres dans des bungalows sur la plage ou sur pilotis au-dessus de l'eau, all inclusive. Bar, restaurant, spa, Nika Dive Center (centre PADI 5*), activités/animations (croisières au coucher du soleil, découverte des îles, concerts, karaoké…).
- **Cosmoledo Eco Camp 4* (Seychelles) :** concept de glamping de luxe, 8 éco-cabanes, pension complète. Bar, restaurant, activités (kayak, paddle, visites guidées, observation d'oiseaux, plongée…).
- **Canonnier Beachcomber Golf Resort & Spa 4* (Maurice) :** resort familial, 283 chambres. Demi-pension ou all inclusive. Bars, 3 restaurants, spa, mini-golf, salle de fitness, 3 courts de tennis, volleyball, tir à l'arc, VTT, tennis de table, billard, yoga, stretching, planche à voile, voile, bateaux à fond de verre, plongée en apnée, kayak, pédalo, ski nautique, paddle, un centre de plongée (centre PADI 5*), club enfants (3-11 ans).
- **Boutique Beach All-inclusive Diving Hotel 4* (Maldives) :** 7 chambres, spécialisé dans l'accueil de plongeurs avec une approche éco-responsable (ramassage et réduction des déchets plastiques, recyclage, soutien aux événements et infrastructures locales). All inclusive avec packages 2 ou 3 plongées/jour, ou une excursion snorkeling/jour (centre PADI 5*). Poste de travail pour appareil photo dans chaque chambre et vidéoprojecteur dans le salon pour diffuser les vidéos prises lors de la plongée.
- **Bandos Maldives 4* :** 215 chambres, centre de plongée PADI 5*. De nombreuses activités : plongée et autres activités nautiques, pêche nocturne, croisières au coucher de soleil ou sur bateau à fond de verre, visite de Malé, complexe sportif (tennis, volleyball, salle de fitness, etc.), spa, club enfants…

Nika Island Resort

Cosmoledo Eco Camp



Canonnier Beachcomber Golf Resort & Spa

→ Des hébergements qui proposent des « forfaits plongeur » : hébergement, repas, un certain nombre de plongées par jour ou par séjour… Une offre packagée qui facilite l'organisation du voyage.

→ Répondre aux demandes des plongeurs et leur fournir des services dédiés (vidéoprojecteur et poste de travail, prêt de matériel, etc.) ou qualitatifs (spa, navette depuis l'aéroport, activités sur site, club enfants…) qui permettent d'occuper les temps hors plongée et/ou les accompagnants non-pratiquants.

Bandos Maldives

Boutique Beach All-inclusive Diving Hotel

7.2. Analyse prospective

7.2. Analyse prospective

7.2.1. Evolutions des attentes des clientèles à horizon 2030-2040

Evolution prospective des attentes des clientèles à horizon 2030-2040

Comprendre les comportements touristiques de demain grâce aux bouleversements sociétaux

Le secteur du tourisme, un univers en profonde transformation

L'activité touristique a beaucoup évolué durant ces 20 dernières années. Les trois principales raisons de ce changement sont :

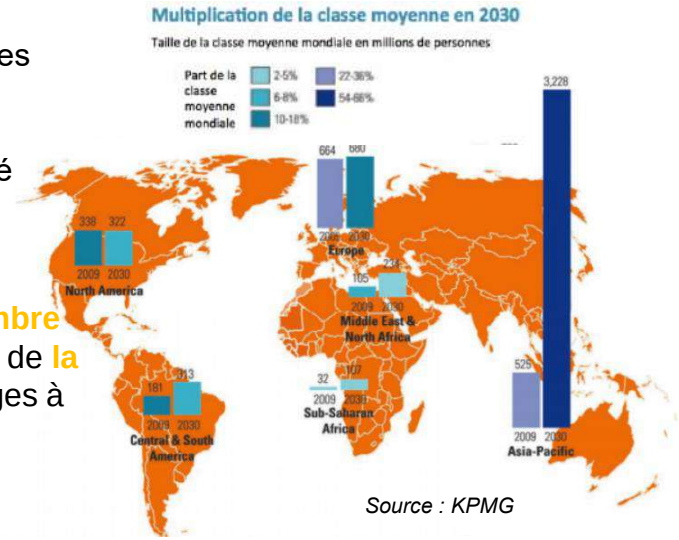
1. L'**allongement du temps disponible** durant une vie
2. L'amélioration de l'accessibilité des différents sites et territoires par **la réduction des temps de transports**
3. La très récente **révolution numérique**

➔ Ces trois facteurs ont profondément impacté ce que sont destinations, produits, clientèles et marchés et ont radicalement transformé le secteur du tourisme **en positionnant le visiteur de façon centrale**.

L'avènement des classes moyennes :

- À l'horizon 2030, la grande pauvreté aura fortement diminué, et **60%** de la population fera partie de la classe moyenne, comparativement à 27% en 2009.
- **80%** de ces classes moyennes proviendront des pays émergents, majoritairement d'Asie / Pacifique.

➔ Ce boom des classes moyennes va modifier durablement la composition du marché touristique, avec notamment :



Source : KPMG

- La hausse du **nombre de voyages** (près de **la moitié** des ménages à travers le monde pourront s'offrir un voyage en 2025).
- Une domination du **marketing de la demande** du fait de la diversité des clientèles.

Source : études prospectives tourisme réalisées par Horwath HTL

Les grandes tendances des marchés occidentaux à horion 2030-2040

Un émiettement des pratiques et comportements des clientèles occidentalisées

Malgré des convergences, la population touristique occidentale se caractérise par un émiettement de pratiques et de comportements liés à un certain nombre de paramètres :

1. Diversité des paramètres personnels

- Âge
- Budget de vacances disponible
- Temps libre disponible
- Réseaux relationnels familiaux –notamment enfants et parents-
- Education, culture, goûts
- Profil psychologique
- Particularismes nationaux ou régionaux

2. Diversité des groupes sociaux

Dans les sociétés occidentales, on peut distinguer trois catégories d'individus plus ou moins réceptifs au progrès et au changement, avançant à des rythmes différents. Ces groupes sont les suivants :

- **L'avant-garde ou upstream : 10%**

Ce sont les plus réceptifs aux changements. Eduqués, urbains, appartenant souvent à des minorités – artistes, homosexuels, scientifiques, geeks… – ce sont aussi ceux que l'on qualifie de « culturels créatifs ».

Pionniers, ils inventent de nouveaux modes de vie et de conduite, en dehors des normes et conventions traditionnelles, donnent le ton à une nouvelle consommation touristique sur le plan des destinations, rythmes, hébergements, thématiques, comportements…

- **Le mainstream : des suiveurs plus ou moins dociles : 60%**

Cette catégorie constitue le marché de masse sur lequel se propagent les nouveautés inventées par l'upstream. Plus ou moins éduqué, cultivé, réactif, recruté dans toutes les catégories de la population, plutôt urbaine.

Source : études prospectives tourisme réalisées par Horwath HTL

Un émiettement des pratiques et comportements des clientèles occidentalisées

2. Diversité des groupes sociaux (suite)

- **Le downstream : des conservateurs irréductibles : 30%**

Imperméables aux changements, ceux-ci restent en dehors des courants, des modes, de la nouveauté en général. Ils mettront généralement de longues années à adopter les postures de l'upstream.

3. Diversité des courants socio-culturels à l'œuvre

Autre facteur d'émiettement de la population touristique : la succession de trois phases de la société de consommation, durant ces 60 dernières années, ayant déterminé des changements socio-culturels notoires.

- **La modernité**. **1950-1975** : on croit la consommation matérielle synonyme de progrès et de bonheur.
- **La post modernité. 1975-1990** : la consommation devient un marqueur social.
- **L'Hyper-modernité** : on se méfie de la consommation, délaisse les valeurs matérielles pour des valeurs immatérielles. On privilégie le retour sur soi, la cellule familiale et le corps, et on cherche à préserver l'environnement, la nature, la "terre-patrie".

Mais, attention, ces trois postures sont toujours à l'œuvre. L'une n'a pas remplacé l'autre. Le touriste "zappeur", c'est le touriste qui, soumis à ces trois influences, change de comportements en permanence, souvent dans la même journée.

Les grandes tendances des marchés occidentaux à horion 2030-2040

Le monde et le touriste occidental en 2030 : vers une quatrième modernité ?

On peut estimer qu'un certain nombre de grands courants socio-culturels, soutenus par une avant-garde dès la fin du millénaire, se maintiendront et se propageront à une part grandissante de la population, dans les années 2030 et après.

Ces courants affecteront les comportements des vacanciers et des touristes occidentaux, autant du point de vue :

1. Du profil des clientèles

- Un touriste **individualiste**, libre et autonome
- Les **tribus**, touristes d'aujourd'hui et de demain
- La poursuite de la **féminisation** de la société
- La généralisation des **consom'acteurs**

2. De leurs motivations

- Une quête exacerbée de **sécurité**
- Une quête de **sens** dans une société plus éduquée
- **Convivialité**, sociabilité
- Principe de plaisir pour un touriste résolument **hédoniste**
- Amplification de la **sensibilité environnementale**
- Le **corps**, une valeur refuge : être beau et en bonne santé

3. Des pratiques et modes de consommation touristiques / loisirs

- Un tourisme de plus en plus basé sur le modèle de consommation **collaborative**
- L'avènement durable du « **do it yourself** » : un touriste auto producteur
- **Web 3.0** : hyper connexion, hyper information, hyper choix
- Une **mobilité** accrue, des séjours émiettés
- Une envie de voyages **pondérée**

7.2. Analyse prospective

7.2.2. L'internationalisation du tourisme

L'internationalisation du tourisme

Le contexte du tourisme mondial depuis 20 ans

En 20 ans, les équilibres n'ont pas beaucoup évolué au niveau des pays émetteurs

- Les clientèles européennes sont **toujours les plus nombreuses** à travers le monde.
- Cependant, une **montée en puissance** des clientèles asiatiques, notamment des Chinois, qui représentent désormais près de **25% des arrivées internationales**, dépassant les Américains.
- Bien qu'ils représentent 16% de la population mondiale, les voyageurs africains sont **toujours sous-représentés avec 3% des arrivées internationales** (2% il y a 20 ans).

Le développement des flux intrarégionaux

- La grande majorité des flux (**4/5**) internationaux a lieu à l'intérieur des zones régionales. C'est la raison pour laquelle les zones émettrices sont aussi les plus importantes réceptrices (Europe, Amériques, Asie).

Le décollage fulgurant de l'Asie en termes d'arrivées touristiques internationales

- L'Europe **toujours largement en tête** : la région a connu une croissance globale régulière et soutenue des arrivées touristiques depuis 20 ans, notamment dans les destinations méditerranéennes et dans plusieurs destinations d'Europe centrale/Est (+30%).
- La montée en puissance de l'Asie et Pacifique : elle se distingue des autres régions, avec un vrai décollage des flux, notamment touristiques : **+300% de croissance depuis 1990**.
- La croissance lente des Amériques : cette croissance lente cache de très fortes disparités : **+20% d'arrivées en Amérique du Nord** / **+200% en Amérique du Sud**.
- **L'évolution rapide mais marginale** de l'Afrique : son nombre d'arrivées reste, à l'échelle du monde, plutôt marginale.
- Une **très forte croissance** du Moyen-Orient : +450% et de l'Afrique du Nord (bien que ralentie par les révolutions arabes) et l'Afrique subsaharienne.

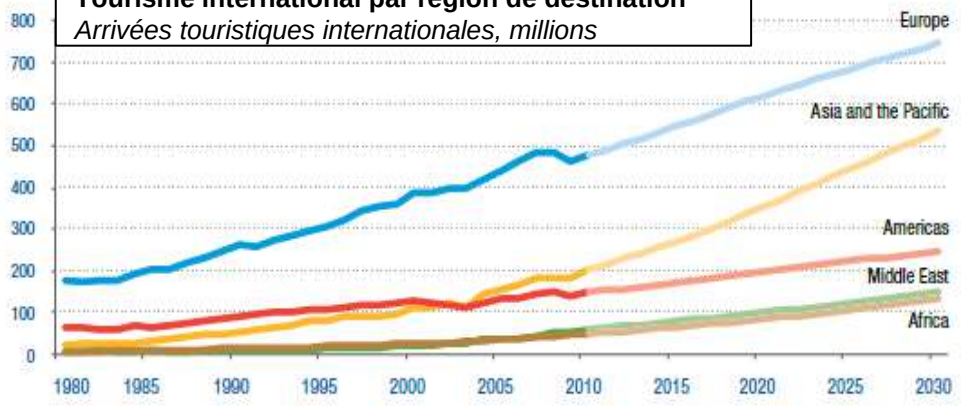
L'internationalisation du tourisme

Prospectives du tourisme mondial à horizon 2030

Une hausse du nombre d'arrivées touristiques d'ici 2030 dans le monde entier

- **1,8 milliard** d'arrivées touristiques internationales en 2030 (contre 1,3 milliard en 2017).
- En 2030, l'Europe recevra **832 millions** d'arrivées touristiques internationales, suivie de l'Asie et du Pacifique, à **581 millions**.
- Objectif de **100 millions** de touristes en France en 2020
- La part de marché des pays émergeants, passée de 30% en 1980 à 47% en 2013, devrait atteindre 57% d'ici 2030, ce qui correspondrait à **plus d'1 milliard** d'arrivées de touristes internationaux.

Tourisme international par région de destination
Arrivées touristiques internationales, millions



Une croissance soutenue dans toutes les régions du monde

- Une croissance globale de **3,3% par an** entre 2010 et 2030.
- L'Asie et le Pacifique seront les deux régions qui augmenteront le plus leur nombre de touristes internationaux, passant de 204 millions en 2010 à 535 millions en 2030, soit une **croissance de 147%**.
- L'Europe (de 475 à 744 millions) et les Amériques (de 150 à 248 millions) auront une croissance moins soutenue que les pays émergents, à savoir, de respectivement **48% et 58%**.
- Le Moyen-Orient et l'Afrique augmenteront à un rythme plus rapide que l'Asie et le Pacifique : respectivement de 61 à 149 millions, soit **+169%** et de 50 à 134 millions, soit **+167%** entre 2010 et 2030. Toutefois, ils demeureront de petites régions touristiques en termes de quantité.
- La zone Caraïbe augmentera à un rythme de **50%** entre 2010 et 2030.

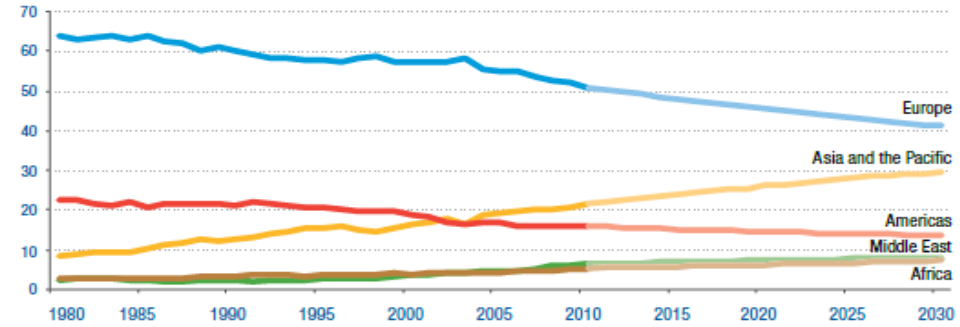
Source : Organisation Mondiale du Tourisme, « Tourism towards 2030, global overview »

Prospectives du tourisme mondial à horizon 2030

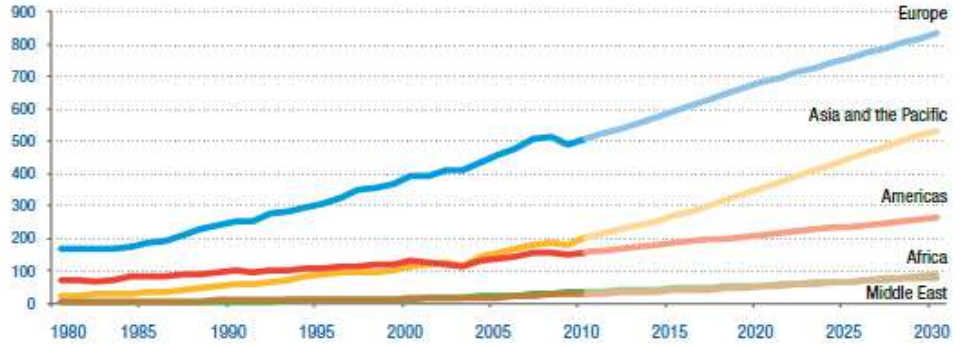
La confirmation du décollage de l'Asie et du Pacifique, l'Europe toujours en tête et des inégalités persistantes des pays émetteurs

- Ces évolutions auront pour conséquence une importante **diminution de la part des touristes internationaux pour l'Europe** (-10% d'ici 2030), corrélée à une importante **augmentation de la part de l'Asie et du Pacifique** (de +8% d'ici 2030).
- Malgré tout, **l'Europe restera la première destination**, dans l'absolu ainsi qu'en nombre d'arrivées internationales par centaines d'habitants. En tête, l'Europe de l'ouest recevra 114 arrivées touristiques internationales par centaine d'habitants.
- La disparité dans les pays émetteurs se maintient : malgré une forte augmentation du nombre de **touristes internationaux asiatiques** à l'horizon 2030, ces derniers ne représenteront de facto que **12% de la population asiatique** (contre 5% aujourd'hui) tandis que **89% de la population européenne** participerait au tourisme international (contre 57% aujourd'hui).

Tourisme international par région de destination
Arrivées touristiques internationales, par part du marché %



Tourisme international par région d'origine
Arrivées touristiques internationales générées, millions



Source : Organisation Mondiale du Tourisme, « Tourism towards 2030, global overview »

L'internationalisation du tourisme

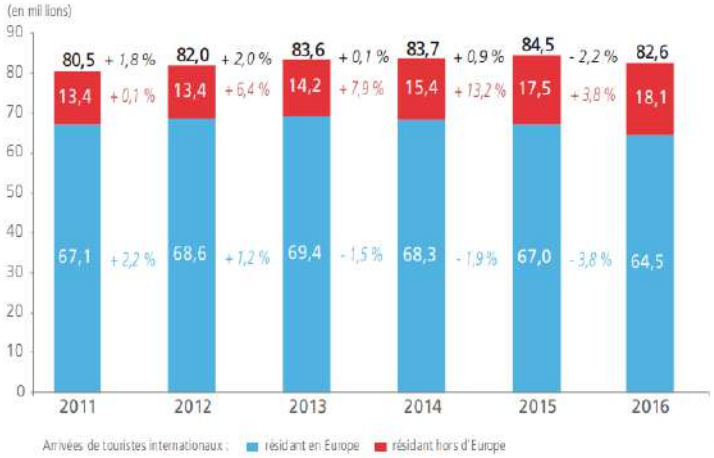
Les perspectives de la France sur la carte tourisme du mondial

Une importante augmentation des arrivées internationales

- Entre 2010 et 2016, le nombre d'arrivées internationales en France a augmenté de plus de **5 millions** de personnes, soit **+6,3%** pour atteindre près de **82,6 millions** de touristes étrangers en France métropolitaine en 2016.
- Ce chiffre est **en baisse de -2%** pour la première fois depuis au moins 2010, notamment du fait du contexte sécuritaire et social, mais la France reste en 2016 **le 1er pays dans le monde** à accueillir le plus de touristes étrangers, suivi des Etats-Unis et de l'Espagne.
- Néanmoins, les clientèles de passage représenteraient environ **1/4** des arrivées.
- Avec plus de 7 millions de touristes étrangers de plus en France qu'aux Etats-Unis en 2016, **la France s'installe durablement dans la place de leader mondial**. En **2017**, elle aurait accueilli **89 millions** de touristes étrangers, soit **+7,4%**.
- ➔ **Objectif 2020 : 100 millions de touristes.**

Arrivées des touristes étrangers en France selon leur provenance

- On assiste à une baisse de la part des touristes européens au profit de touristes hors Europe, principalement des Etats-Unis et de Chine.



Source : OMT

➔ Mayotte, qui ne se situe que très peu sur les flux et les canaux de distribution internationaux, est restée peu impactée par l'évolution des flux internationaux.

➔ **La connexion de Mayotte au hub de Nairobi, le développement des lignes directes vers la métropole, et sa proximité avec d'autres destinations de la Région constituent des opportunités pour capter une plus grande clientèle internationale.**

7.2. Analyse prospective

7.2.3. Prospective générale appliquée à Mayotte

Prospective touristique : Les clients de demain et leurs aspirations

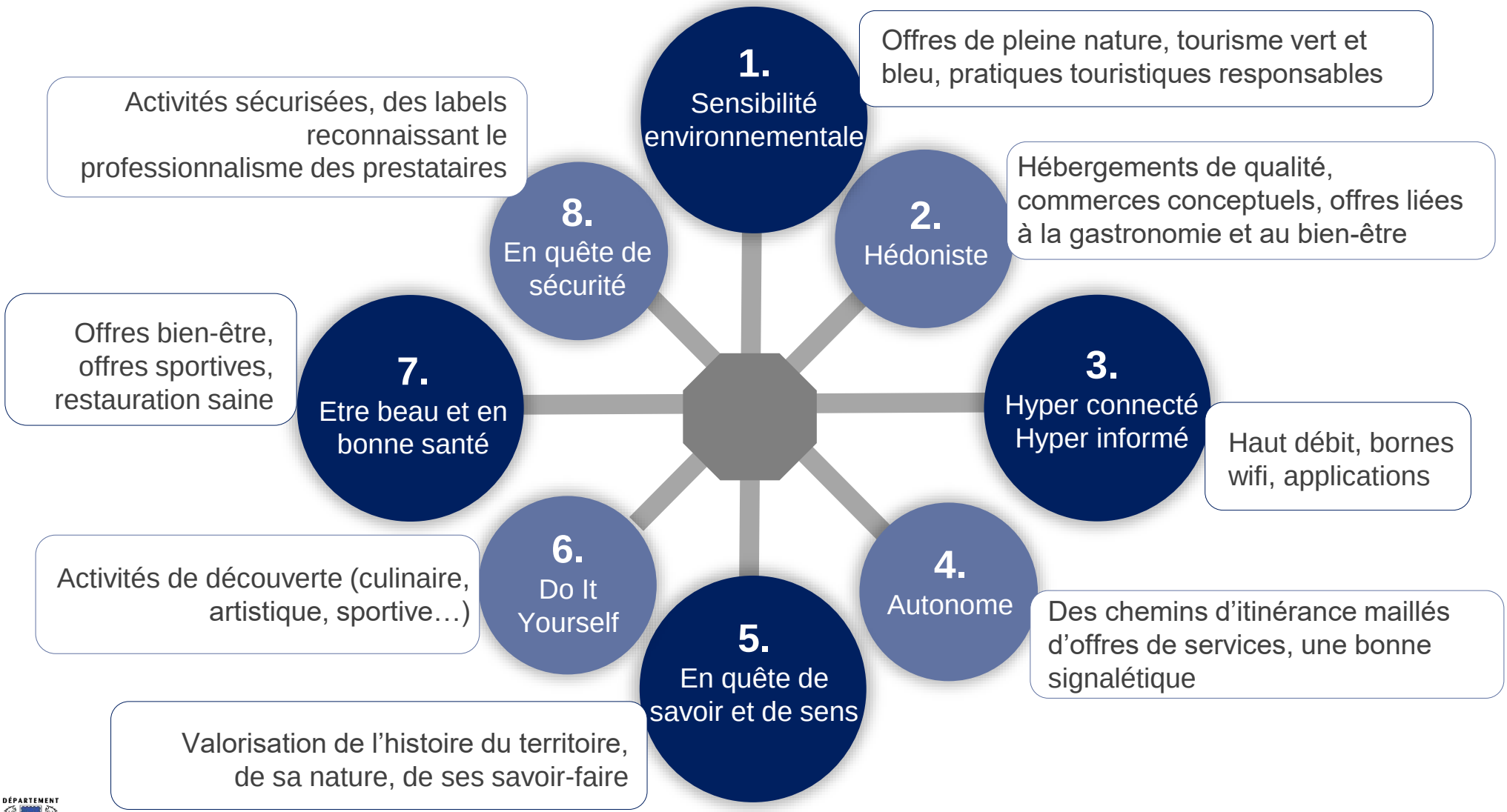
L'importance de la prise en compte des différentes tendances pour Mayotte

LES TENDANCES / VALEURS A L'HORIZON 2030	Importance de l'enjeu pour Mayotte
L'amplification de la sensibilité environnementale : l'angoisse écologique (réchauffement, pollution, alimentation…)	**Majeur**
Une quête exacerbée de sécurité	**Majeur**
Une quête de sens et de savoir L'avènement durable du « do it yourself » : un touriste auto producteur	**Majeur**
Le corps, une valeur refuge : être beau et en bonne santé Principe de plaisir pour un touriste résolument hédoniste Quête de spiritualisme	**Majeur**
Convivialité, sociabilité Sortir du tout marchand	**Majeur**
Un renforcement de l'individualisme : Un touriste autonome Hyper connexion, hyper information, hyper choix	Mineur
Une mobilité accrue, des séjours émiettés, mais, une envie de voyages pondérée	Mineur

Prospective touristique : Les clients de demain et leurs aspirations

Horwath HTL

Des évolutions à prendre en compte pour le développement touristique de Mayotte



8. Synthèse et enjeux

→ Les 10 points-clés à retenir

Synthèse du diagnostic

1. Un vrai potentiel sur **la plongée et les activités liées à la biodiversité**
2. L'offre de **plage** est peu développée et le **potentiel reste limité**
3. Une destination avec les avantages du système français, mais aussi ses inconvénients : **un tarif décalé** par rapport à ce qu'on trouve dans les autres destinations de l'Océan Indien et du Monde
4. Un **contexte social (sécurité)** compliqué voire dégradé, qui représente des **freins à l'investissement**
5. Une destination dépendante des **clientèles métropolitaine et réunionnaise**, à cause des **contraintes d'accessibilité aérienne**
6. **Le loisir** est un enjeu stratégique pour le développement économique, mais aussi pour des raisons sociales. Le développement des loisirs est un enjeu au moins aussi important que le développement du tourisme.
7. Un enjeu sociétal de **faire découvrir aux Mahorais toutes les richesses de leur territoire, dont le lagon**
8. La **question de l'aérien** dépasse le sujet touristique, mais le désenclavement de Mayotte est un enjeu pour capter davantage de touristes.
9. Un **foncier** qui est **stratégique et rare**. Il doit absolument contribuer à produire des lieux d'exception et à développer l'économie locale
10. En termes de positionnement, jouer sur le **registre qualitatif et exemplaire sur le plan environnemental** en misant sur **l'écotourisme de bon niveau à haut-de-gamme** est la seule option possible pour Mayotte. La destination n'a pas la capacité à devenir un balnéaire moyenne gamme.

Les enjeux du Schéma

2 ENJEUX PARALLELES

LOISIRS

- Une priorité à porter sur le développement des loisirs, à destination d'abord de la population locale, mais également des touristes
- Des loisirs pour les enfants et les familles
- Des loisirs à visée sportive et pédagogique, mais aussi des loisirs fun

TOURISME

- Faire du tourisme une filière économique structurante
- Développer le tourisme d'agrément (un tourisme aujourd'hui très majoritairement affinitaire)
- Affirmer un positionnement fort sur l'éco-tourisme
- Revendiquer le niveau mondial du lagon, pour la plongée mais pas que
- Créer des offres qui ne « dénaturent » pas le territoire
- Développer un tourisme inclusif, profitant aux initiatives locales

Structurer une destination lisible

Développer des activités intégrées à l'environnement et la culture mahoraises

Créer des emplois bénéficiant à la population mahoraise

Améliorer l'image de Mayotte

Les basiques non directement touristiques à assurer

1. PROPRETE ET PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

L'environnement est l'actif clé du tourisme à Mayotte

→ Incarner une destination durable et propre

→ Garantir la propreté des sites touristiques et mettre des moyens pour garantir la préservation des espaces naturels sensibles

2. SECURITE

Garantir la sécurité des touristes dans leurs hébergements et lieux de visite

→ En faire un axe fort du Schéma

→ Mise en place de moyens de sécurité pour les privés (hôtels, principaux lieux touristiques) de la part des acteurs publics ?

3. TRANSPORTS

Accessibilité : Désenclaver Mayotte par une amélioration de la desserte aérienne et maritime

→ Prendre des initiatives avec Air Austral, avec d'autres compagnies, sur la piste longue

Mobilité dans l'île : Décongestionner le trafic et proposer des moyens de transport durables

→ Développer les transports maritimes

→ Inciter aux modes alternatifs à la voiture (2 roues)

5 volets d'action

3 questions clés

1. Comment préparer l'avenir et faire évoluer nos offres et aménagements ?

2. Comment s'organiser pour porter une nouvelle dynamique ?

3. Comment mieux vendre notre territoire ?

5 volets d'action

VOLET 1

Offres et aménagements touristiques / loisirs

VOLET 2

Qualité / formation

VOLET 3

Marketing touristique

VOLET 4

L'organisation

VOLET 5

L'observation et l'évaluation

1. Offres et aménagements

Des enjeux sur chacune des étapes du parcours touristique

Les bases d'une destination à renforcer / développer

Arriver et parcourir la destination	Découvrir les paysages, le patrimoine, les aménagements	Pratiquer des activités	Se restaurer et avoir un moment de convivialité	Dormir
• Accessibilité aérienne • Accueil à l'embarcadère de Mamoudzou • Propreté des voies • Transports publics • Réseau de taxis • Signalétique, orientation • Services (wifi, location de vélos…)	• Accessibilité des principaux sites d'intérêt (plages, ilots, volcans, forêts, …) • Offres de découverte « augmentée » du lagon • Aménagement des plages, des randonnées… • Valorisation du patrimoine • Innovation (mobilier urbain, …)	• Lisibilité de la destination dans son ensemble • Lisibilité des offres • Diversification des offres (lagon, balnéaire, randonnée, culture, art, sport, …) • Offres identitaires • Qualité des prestations, offres répondant aux critères métropolitains et internationaux • Développement de loisirs de proximité • Développement d'offres DIY (ateliers culinaires, ateliers d'artisanat…)	• Valorisation de la gastronomie locale • Valorisation des produits locaux et utilisation des circuits courts (moins d'import) • Valorisation de la culture et du folklore locaux • Lieux de réunions • Loisirs identitaires • Offres d'ambiance	• Capacité hôtelière • Qualité de l'offre hôtelière • Chambres d'hôte et gîtes de bon niveau • Diversité de gamme • Offres de charme, offres insolites • Accueil de groupes

1. Offres et aménagements

Des potentiels multiples (cf. entretiens et ateliers réalisés)

Côté terre

Hôtellerie balnéaire
Chambres d'hôte
Hébergements nature / insolites
Equipement de découverte du milieu marin
Lieu d'accueil de réunions
Randonnées (packages?)
Accès aux cascades (ex: Soulou)
Loisirs fun
Golf
Sport en forêt
Agritourisme
Culture
Artisanat
…

Côté mer

Spots de plongée
Produits lagon (sentier sous-marin, …)
Hébergement sur l'eau
Accès aux ilots (ex : Choizil)
Accueil croisière
Plaisance
Voile
Catamaran
Pêche au gros
Sports nautiques
…

Côté air

Hydravion
Parachutisme
…

Potentiel de créer **des parcours thématisés** associant les différentes offres :
le parcours sportif, le parcours des parfums, le parcours découverte nature, …
et pouvant utiliser différents formes de mobilité

1. Offres et aménagements

→ Mener une politique d'aménagement et d'offres qui assure les « basiques » de la destination

LOISIRS

- **Développer des loisirs de proximité pour les mahorais**
  - Lieux de convivialité
  - Loisirs ludosportifs
  - Loisirs fun
- **Aménagement et mise en sécurité d'espaces de loisir**
  - Plages
  - Espaces naturels
- **Faire découvrir les richesses de l'île à la population**
  - Initiations aux différents formes d'éco-tourisme

→ **Des loisirs qui participent également de l'offre touristique**

TOURISME

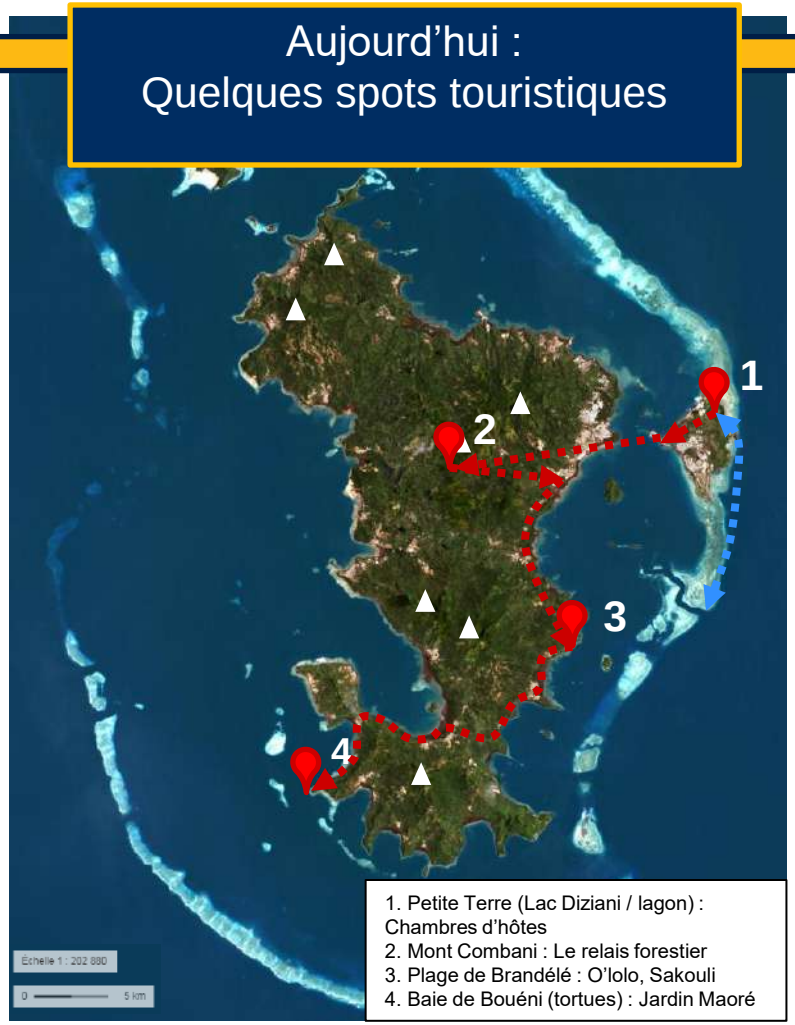
- **Sortir des projets écotouristiques emblématiques**
  - **Être un spot de référence mondiale sur la plongée** (compétitions internationales, ...)
  - Créer des **produits de référence sur le lagon**
  - **Plusieurs hôtels pouvant accueillir des groupes**. Ex : Resort avec **lodges sur l'eau, hébergements lifestyle/insolites dans la nature, …**
  - Des **offres identitaires** :
    - **l'art des femmes**
    - **le parfum (jardin botanique?)**
    - **les animaux (mise en scène des animaux endémiques de Mayotte)**
    - **la gastronomie** (espaces de restauration conviviaux, restaurants authentiques, …)
  - Une multitude de produits complémentaires (golf, pêche, catamaran, lieux de réunions, agrotourisme, …)
- **Mettre en valeur le patrimoine culturel, humain et naturel mahorais** (ateliers culinaires, ateliers d'artisanat, …)
- **Impliquer et faire bénéficier la population du développement touristique**
  - Tourisme participatif (chambres d'hôte, airbnb, …)
- **Développement de l'accessibilité et des fonctions support**
  - Développement de **l'aérien**
  - Développement des **croisières** (accueil, activités, …)

→ **Structurer une carte et des parcours touristiques offrant des séjours riches et de qualité**

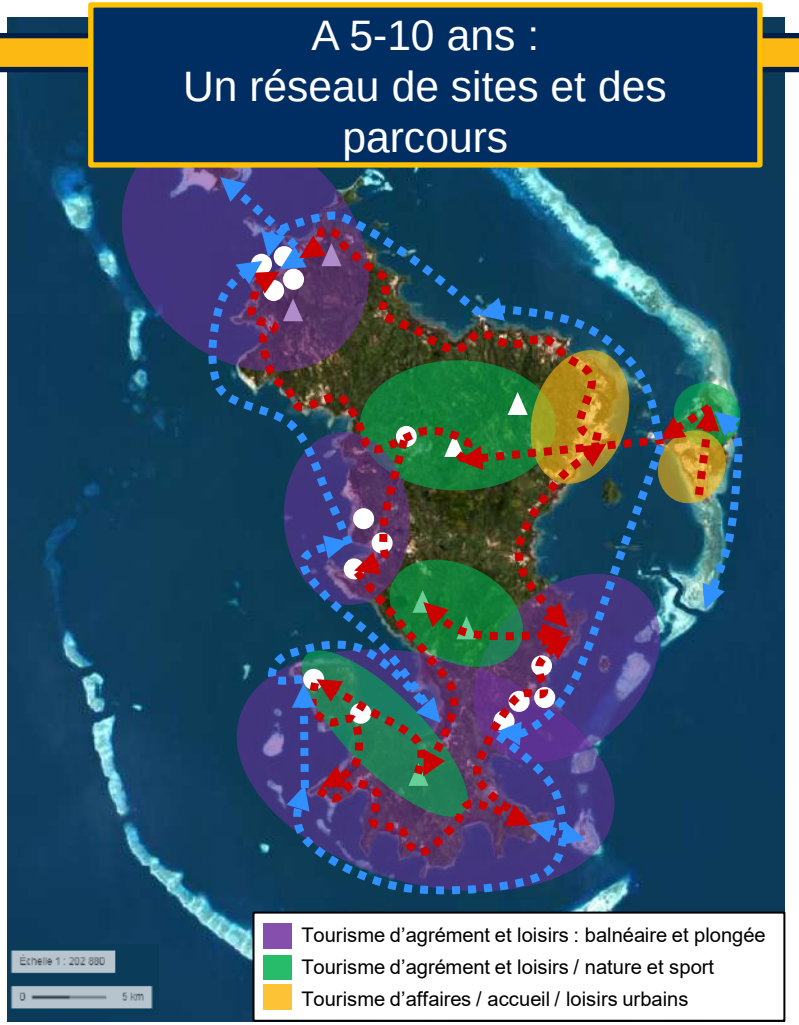
1. Offres et aménagements

Carte illustrative du développement de l'offre (carte à élaborer dans le plan d'actions)

Aujourd'hui :
Quelques spots touristiques



A 5-10 ans :
Un réseau de sites et des parcours



→**Progressivement, structurer une carte et des parcours touristiques offrant des séjours riches et de qualité**

1. Offres et aménagements

→ Aboutir à un schéma opérationnel et faisable

- **Pas beaucoup d'actions, mais des actions à effet de levier**
- Des actions dont la **faisabilité est vérifiée**

- Les **conditions de succès** du Schéma :
  - **Maîtrise du foncier**
  - **Accord sur le projet de la part des différents acteurs (Département, CDTM, EPCI, commune, GEMTOUR, Adim, CCI, Préfecture, Parc Marin, acteurs privés …)**
  - **Identification d'investisseurs et opérateurs**
  - **Une main d'œuvre formée**
  - **Acceptation par la population des projets**
  - **Mobilisation de la population dans le développement de projets**
  - **Des dispositifs d'accompagnement fiables, clairs et lisibles**

2. Qualité et formation

Des problématiques fortes

- Malgré une forte hospitalité et un sens de l'accueil, la qualité du service est un frein important à Mayotte : une culture touristique peu ancrée, des « codes touristiques » non maîtrisés, une maîtrise inégale de la langue française, une langue anglaise peu parlée, …
- La qualité et la fiabilité des prestations est un enjeu d'autant plus important que Mayotte est une destination en création, qui a besoin de montrer aux opérateurs comme aux clients sa capacité à structurer des projets.
- Il est important que les opérateurs puissent trouver de la main d'œuvre formée.

Réponses à apporter

- Animer une démarche qualité
- Engager une démarche d'amélioration de l'accueil
- Renforcer le dispositif de formation sur les métiers du tourisme (guides, personnels d'hôtels et de restauration, …)

3. Marketing

Marque touristique ? Marque de territoire ? Pourquoi et pour qui ?

Différents objectifs à hiérarchiser

- **Habitants** : leur faire redécouvrir leur île, créer une passerelle entre la terre et la mer, leur donner accès aux activités du lagon pour eux-mêmes et les générations à venir.
- **Touristes** : créer de l'envie auprès d'une cible touristique en quête de nature authentique et de biodiversité + rassurer une clientèle affinitaire prompte à se déplacer pour rejoindre famille et amis.
- **Professionnels** : fédérer les acteurs du tourisme qui se reconnaissent derrière ce totem qui communique d'une seule voix et qui prend en compte la diversité de l'offre pour mieux les représenter à l'extérieur (et donc à l'intérieur).

3 éléments saillants à valoriser

- **Le lagon**
- **La nature et la faune terrestre**, un côté « hors des sentiers battus », « bout du monde »
- **La culture mahoraise** (et swahilie)

1. A qui souhaitons-nous nous adresser en priorité ? aux touristes ? aux habitants ?
2. Quels sont les objectifs que nous nous assignons avec la création de cette marque ?
3. **Comment faire cohabiter la marque Mayotte créée par le CDTM, la marque de territoire en construction par l'ADIM et celle que nous devons faire émerger ? quels rôles sont dévolus à chacune ? selon quels critères ?**

La commande inscrite dans le présent Schéma consiste à développer une marque touristique.

4. Organisation

Une organisation touristique qui se crée progressivement

- Il faut structurer la destination Mayotte, et pour cela agir tout à la fois sur l'offre, l'aménagement, le développement de produits, le marketing, la qualité…
- **Plusieurs enjeux**
  - Plusieurs structures travaillent sur l'attractivité de Mayotte (CDTM, Adim). Quid de l'évolution de ces structures et de leurs missions ?
  - Besoin que le Département dispose d'une agence de développement touristique, voire d'attractivité
  - Une collaboration étroite entre le Département et les EPCI à structurer
  - Des OT pas tous au même niveau de mâturité

Des missions à clarifier, des relations à structurer

- Le Département comme stratège du développement touristique de la destination, et garant de la cohérence des actions mises en œuvre sur chacun des EPCI
- Le CDTM comme acteur de la promotion de la destination Mayotte vers l'extérieur, travaillant en lien étroit avec le Département
- Des EPCI acteurs de leur développement touristique (MOA directe ou partenariale sur les projets), et pilotes des actions de leur OT
- Des partenaires pour monter et mettre en œuvre les projets : EPFAM, Chambres consulaires, services de l'Etat, …
- Des OT sur les territoires pour accueillir habitants et touristes, et proposer tous les types de services sur le territoire : culture, loisirs, transport, …
- Des acteurs socioprofessionnels qui participent de la gouvernance

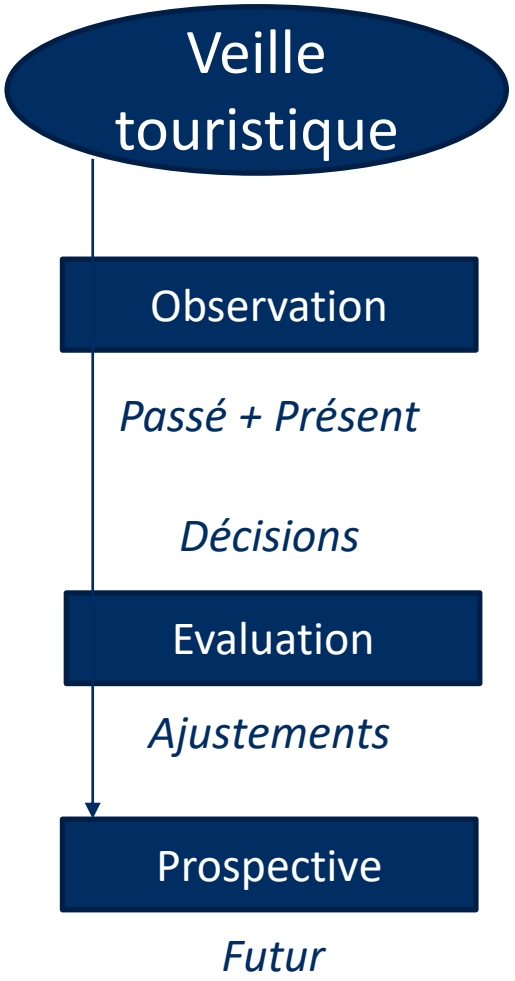
5. Observation et évaluation

Des objectifs d'observation et critères d'évaluation qui restent encore à définir

- Il n'existe ni observatoire économique, ni observatoire touristique à l'échelle de Mayotte
- Des objectifs d'observation qui restent à définir
- Mise en œuvre par le CDTM d'un pôle Observatoire – Veille depuis fin 2014, qui collabore avec l'antenne de l'INSEE à Mayotte
    - Mise en place d'enquêtes de conjoncture auprès d'un échantillon de prestataires touristiques locaux
- Des analyses qui restent partielles

→ Des données qui restent à produire : création d'emplois, satisfaction des clients, fréquentation des sites…

→ Des données à croiser davantage



Contact

Stéphane DURAND – Directeur et Associé
Horwath HTL France
6, rue Dunois
75013 Paris
sdurand@horwathhtl.com

Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs de Mayotte

Rapport Phase 2 – STRATEGIE

Pour le compte de

Conseil Départemental de Mayotte

DÉPARTEMENT DE MAYOTTE

Horwath HTL
Hotel, Tourism and Leisure

HB. HORIZON BLEU

Juillet 2019

Introduction

Le Conseil Départemental de Mayotte a retenu le cabinet Horwath HTL pour l'élaboration du Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs de la destination Mayotte.

Filière à potentiel pour Mayotte, le tourisme revêt de nombreux enjeux d'attractivité territoriale, de valorisation et de préservation de son environnement naturel, de cohésion sociale, de création d'emplois, ...

Comme mentionné dans le cahier des charges, le produit attendu de l'étude est un document prospectif, stratégique et opérationnel qui doit constituer la feuille de route de l'action publique locale en matière de politique touristique.

Le présent document constitue le rapport de phase 2 Stratégie.

La stratégie et la trame des plans d'actions sur chacun des volets du Schéma ont été co-construits avec les acteurs du territoire, institutionnels et socioprofessionnels, à travers des ateliers thématiques.

La stratégie et les trames de plan d'actions ont été présentés en comité technique le 21/06/2019 dans l'hémicycle du Département.

Calendrier prévisionnel de la mission

Fin-février 2019	**Réunion de lancement le 25/02/2019**
Fin février - Début mai 2019	**PHASE 1 : Diagnostic stratégique**
Mi-mai 2019	**COPIL le 16/05/2019**
Mi-mai - Fin juin 2019	**PHASE 2 : Stratégie touristique et des loisirs**
Fin juin 2019	**COTECH le 21/06/2019**
2ème semestre 2019	**PHASE 3 : Plan d'actions et organisation territoriale**
Fin 2019	**COPIL**

PHASE 2

STRATEGIE

Méthodologie Phase 2 - Stratégie

Une stratégie co-construite sur les 5 volets du SRDTL

Plusieurs ateliers réunissant acteurs privés et acteurs publics ont été organisés pour identifier les chantiers prioritaires sur chacun des volets, et travailler sur les actions à mettre en œuvre. Pour rappel, les 5 volets du SRDTL sont : Offres et aménagements touristiques et de loisirs, Organisation, Emploi / Formation / Qualité, Marketing. Observation

Au regard de l'importance de l'enjeu sur la création d'offres et d'aménagements touristiques, 3 ateliers ont été organisés sur ce volet.

L'atelier sur le volet marketing, intégrant la question de la marque touristique de Mayotte, est intégré à la phase 3 (Plan d'actions).

Offres et aménagements de loisirs

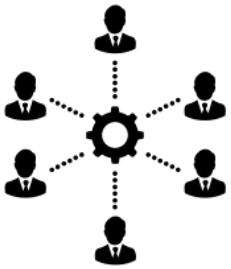
17/06/19 9h-12h

Conditions de développement de l'offre

18/06/19 9h-12h

Offres et aménagements touristiques

17/06/19 14h-17h



Hébergements touristiques

19/06/19 14h-17h

Emploi, formation, qualité

18/06 14h-17h

Organisation, observation

19/06/19 9h-12h

Sommaire Phase 2 - Stratégie

I. ENSEIGNEMENTS DU DIAGNOSTIC p.6

II. AMBITION ET OBJECTIFS DU SRDTL p.11

III. FONDEMENTS DE LA STRATEGIE p.15

IV. CLIENTELES CIBLES ET POSITIONNEMENT p.17

V. STRATEGIE ET PLAN D'ACTIONS PAR VOLET p.23

I. ENSEIGNEMENTS DU DIAGNOSTIC

Les 10 points-clés du diagnostic

Synthèse du diagnostic

1. Un vrai potentiel sur **la plongée et les activités liées à la biodiversité**
2. L'offre de **plage** est peu développée et le **potentiel reste limité**
3. Une destination avec les avantages du système français, mais aussi ses inconvénients : **un tarif décalé** par rapport à ce qu'on trouve dans les autres destinations de l'Océan Indien et du Monde
4. Un **contexte social (sécurité)** compliqué voire dégradé, qui représente des **freins à l'investissement**
5. Une destination dépendante des **clientèles métropolitaine et réunionnaise**, à cause des **contraintes d'accessibilité aérienne**
6. **Le loisir** est un enjeu stratégique pour le développement économique, mais aussi pour des raisons sociales. Le développement des loisirs est un enjeu au moins aussi important que le développement du tourisme.
7. Un enjeu sociétal de **faire découvrir aux Mahorais toutes les richesses de leur territoire, dont le lagon**
8. La **question de l'aérien** dépasse le sujet touristique, mais le désenclavement de Mayotte est un enjeu pour capter davantage de touristes.
9. Un **foncier** qui est **stratégique et rare**. Il doit absolument contribuer à produire des lieux d'exception et à développer l'économie locale
10. En termes de positionnement, jouer sur le **registre qualitatif et exemplaire sur le plan environnemental** en misant sur **l'écotourisme de bon niveau à haut-de-gamme** est la seule option possible pour Mayotte. La destination n'a pas la capacité à devenir un balnéaire moyenne gamme.

Enjeu central du Schéma : Renforcer / Créer les bases de la destination

Des sujets d'amélioration sur chacune des étapes du parcours client…

Le diagnostic a révélé que l'enjeu fondamental du Schéma constituait à créer ou renforcer les bases de la destination Mayotte sur chacun des aspects d'une destination : hébergement, activités, restauration, accessibilité, aménagements… Les conditions ne sont globalement pas aujourd'hui réunies pour accueillir de manière correcte touristes d'agrément et d'affaires, notamment des groupes.

Arriver et parcourir la destination

- Accessibilité aérienne
- Accessibilité maritime
- Embarcadères de la barge à Mamoudzou et Petite-Terre
- Liaison en barge de Petite-Terre au Sud
- Propreté des voies
- Transports publics
- Réseau de taxis
- Signalétique, orientation
- Services (wifi, location de vélos…)

Découvrir les paysages, le patrimoine, les aménagements

- Accessibilité des principaux sites d'intérêt (plages, ilots, volcans, forêts, …)
- Offres de découverte « augmentée » du lagon
- Aménagement des plages, des randonnées…
- Valorisation du patrimoine
- Innovation (mobilier urbain, …)

Pratiquer des activités

- Lisibilité de la destination dans son ensemble
- Lisibilité des offres
- Diversification des offres (lagon, balnéaire, randonnée, culture, art, sport, …)
- Offres identitaires
- Qualité des prestations, offres répondant aux critères métropolitains et internationaux
- Développement de loisirs de proximité
- Développement d'offres DIY (ateliers culinaires, ateliers d'artisanat…)

Se restaurer et avoir un moment de convivialité

- Valorisation de la gastronomie locale
- Valorisation des produits locaux et utilisation des circuits courts (moins d'import)
- Valorisation de la culture locale
- Lieux de réunions
- Loisirs identitaires
- Offres d'ambiance

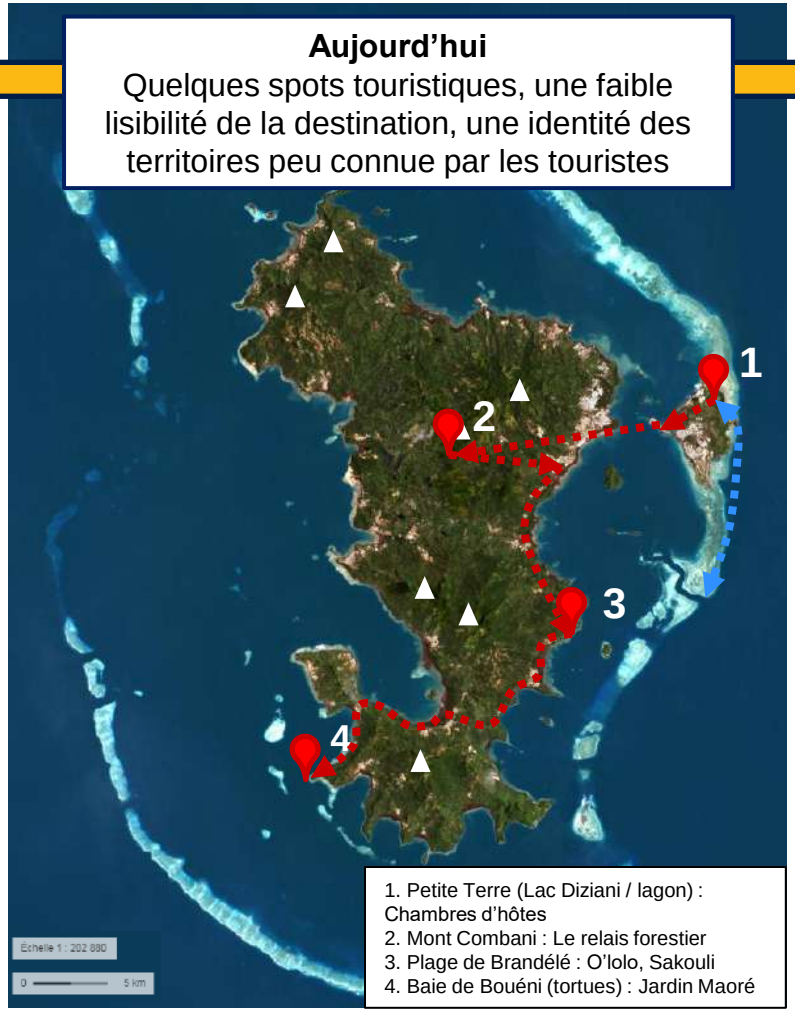
Dormir

- Capacité hôtelière
- Qualité de l'offre hôtelière
- Chambres d'hôte et gîtes de bon niveau
- Diversité de gamme
- Offres de charme, offres insolites
- Accueil de groupes

Spatialisation des enjeux :
Une territorialisation des sites et parcours à construire

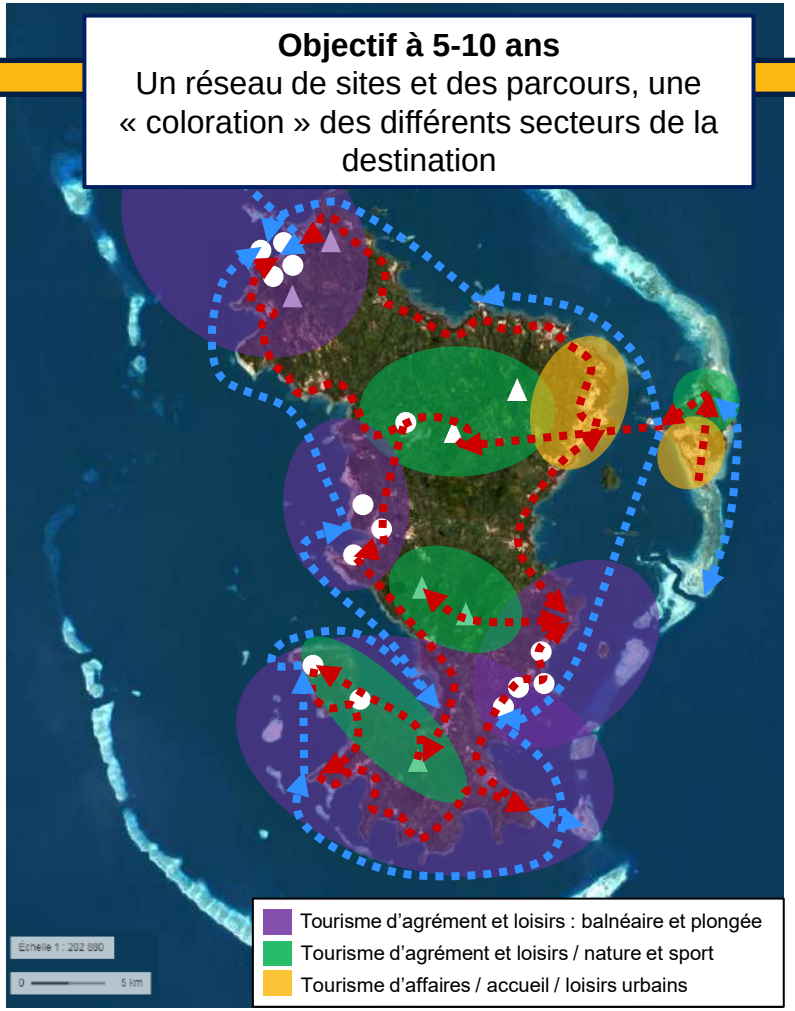
Carte illustrative du développement de l'offre (carte à élaborer dans le plan d'actions)

Aujourd'hui
Quelques spots touristiques, une faible lisibilité de la destination, une identité des territoires peu connue par les touristes



1. Petite Terre (Lac Diziani / lagon) : Chambres d'hôtes
2. Mont Combani : Le relais forestier
3. Plage de Brandélé : O'lolo, Sakouli
4. Baie de Bouéni (tortues) : Jardin Maoré

Objectif à 5-10 ans
Un réseau de sites et des parcours, une « coloration » des différents secteurs de la destination



→ **Progressivement, structurer une carte et des parcours touristiques offrant des séjours riches et de qualité**

Une ambition de réussir le Schéma

→ Aboutir à un schéma opérationnel et faisable

- Pour que le Schéma soit opérationnel, le **plan d'actions ne doit pas être exhaustif**. Il doit uniquement intégrer des **actions à fort effet de levier pour le développement touristique de l'île dans les 5 à 10 prochaines années**.
- Afin d'assurer l'effectivité de la mise en œuvre du Schéma, seules des actions dont la **faisabilité a été vérifiée** doivent être intégrées.
- Cela signifie que certaines actions identifiées par les acteurs, bien qu'elles soient pertinentes, ne seront pas intégrées dans le présent Schéma car considérées davantage comme des mesures d'accompagnement, ou peu faisables à court et moyen terme. Elles pourront être traitées dans un second temps.

- Les **conditions de succès** du Schéma, en particulier sur l'enjeu central de création d'offres, se regroupent en 3 catégories :
  - **Aménagement :**
    - Maîtrise de fonciers stratégiques sur quelques sites, notamment pour la création d'hébergements
    - Aménagement de sites supports aux activités phares (ex : pontons pour la plongée)
  - **Mobilisation des acteurs :**
    - Accord sur le projet de la part des différents acteurs (Département, CDTM, EPCI, communes, GEMTOUR, Adim, CCI, Préfecture, Parc Marin, acteurs privés …)
    - Mobilisation de la population dans le développement de projets
    - Acceptation par la population des projets
  - **Une démarche professionnelle :**
    - Identification d'investisseurs et opérateurs
    - Des dispositifs d'accompagnement fiables, clairs et lisibles

II. L'AMBITION ET LES OBJECTIFS DU SRDTL

L’ambition du SRDTL

Une ambition globale et transversale

→ Assumer que le tourisme soit une filière économique structurante pour le Département de Mayotte

Cette reconnaissance signifie à la fois que :

- Le tourisme est un secteur économique à part entière et il doit être considéré comme tel. Ce qui signifie qu’il faut donner les moyens au Département et à ses partenaires d’animer et de mettre en œuvre le Schéma. Cela pose différents sujets à traiter :
  - Structuration d’un service tourisme au sein du Département staffé et outillé pour piloter les chantiers prioritaires

    La priorité est donnée à une vision économique et sociale du tourisme, justifiant une intervention régionale là où les effets de levier sont réels, laissant ainsi aux acteurs locaux des fonctions ayant trait à l’animation du territoire, à la structuration des loisirs locaux, à des aménagements…
  - Elaboration de la convention d’objectifs et de moyens du CDTM
- Le tourisme est une réalité transversale, qui contribue à l’attractivité globale de Mayotte. Aussi, le tourisme est à intégrer dans différents secteurs : aménagements urbains et ruraux (ex : front de mer de Mamoudzou), qualité et propreté des espaces naturels (ex : plages, sentiers de randonnée…), formation, …

Au regard de la rareté et du caractère très contraint du foncier, une priorité est à donner à des projets touristiques sur quelques fonciers de grande valeur, soit sur le littoral, soit dans les terres sur un beau site avec vue. Ces fonciers seront pour partie inscrits dans le Schéma d’Aménagement Régional (SAR), en cours d’élaboration, afin de rendre possible leur valorisation.

L'ambition du SRDTL

Une ambition qui se décline sur les différents volets

1. Mener une politique d'aménagement et de création d'une offre de tourisme d'agrément qui assure les « basiques » de la destination

Cet objectif recouvre plusieurs sujets stratégiques :

- L'aménagement des principaux sites touristiques et de loisirs
- Les hébergements, avec l'enjeu de développer plusieurs établissements hôteliers pouvant accueillir des groupes
- La création de produits d'écotourisme
- La mise en valeur de la culture et des patrimoines
- Les loisirs de proximité

2. Améliorer l'image de Mayotte

Le développement du tourisme à Mayotte passe par une amélioration progressive de son image. Cela implique de démontrer les évolutions, de prouver les réalisations, de faire rêver avec des produits à fort contenu… Ces effets liés au développement de l'offre seront renforcés par le travail sur la marque.

Le tourisme doit être un marqueur des atouts que Mayotte a à offrir.

3. Améliorer la qualité des prestations et accompagner la formation des hommes

La qualité et la fiabilité des prestations est un enjeu d'autant plus important que Mayotte est une destination en création, qui a besoin de montrer aux opérateurs comme aux clients potentiels sa capacité à structurer des projets, et à assurer une continuité des offres et des produits.

Pour cela, il convient que les opérateurs puissent trouver de la main d'œuvre formée, ce qui implique la mise en place d'un dispositif de formation adéquat.

4. Structurer la gouvernance touristique du territoire pour une plus grande efficacité

Il faut créer la destination Mayotte, et pour cela agir tout à la fois sur l'offre, l'aménagement, le développement de produits, le marketing, la qualité… Il est essentiel que le Département assume son rôle de pilote, et que les partenariats avec les différents acteurs concernés soient clarifiés et entretenus.

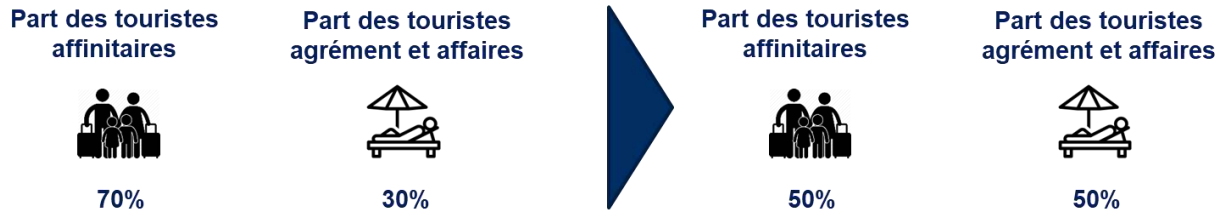
Une organisation à plusieurs strates est à structurer entre le Département, le CDTM, les EPCI et leurs OTI, et les partenaires institutionnels.

Les objectifs stratégiques de la politique régionale

Des objectifs de réalisation et d'impact à 5-10 ans (sous conditions)

Doubler les arrivées touristiques

Atteindre 50% de touristes d'agrément et d'affaires



Développer 150 chambres d'hôtel de niveau 3* et plus (de type écotourisme) à horizon 5 ans, 500 chambres au total sur 10 ans

Aménager, équiper et rendre propres les principaux sites touristiques de l'île

Sortir 3 équipements de loisirs (équipement de loisir indoor, jardin, équipement évènementiel…)

III. LES FONDEMENTS DE LA STRATEGIE

Les fondements de la stratégie

ENJEU CENTRAL : Structurer les bases de la destination

Affirmer et faire vivre un positionnement

Faire du faible développement touristique de l'île une opportunité pour **affirmer un positionnement écotouristique**

Mener une politique qui **mêle loisirs et tourisme**

Attirer les **touristes extérieurs** et répondre aux **attentes des locaux**

Capitaliser sur les **atouts** et les **forces vives** du territoire

Créer du développement économique

Créer du développement économique sans attendre la croissance des flux touristiques

Développer **des modèles économiques viables, sortir d'une gestion « tout public »**

Créer de la concurrence pour améliorer **la qualité** de l'offre existante

Être dans une logique de création d'offres

Créer des **pôles de densité** dans une logique de **rééquilibrage territorial**

S'affirmer sur des **activités vitrines** (plongée, découverte lagon, sport nature…)

Aménager des **espaces et parcours touristiques**

Rendre lisibles les offres de tourisme et de loisirs (sport nature, plages accessibles…)

Agir sur la filière tourisme

Structurer la filière (approvisionnement, formation, activités, …) et **créer du lien** entre les acteurs

Développer la **culture touristique sur l'île**

Avoir une **réflexion globale**, le tourisme étant de fait transversal

IV. CLIENTELES CIBLES ET POSITIONNEMENT

Clientèles cibles : un mix touristes / habitants

TOURISME

Touristes affinitaires + **Touristes d'agrément** + **Touristes d'affaires**

- **61 800 touristes** en 2017, vs **50 900 touristes** en 2016 (+ 21%).

LOISIRS / TOURISME LOCAL

Population mahoraise : Une population jeune et en forte croissance

- 270 000 habitants (officiel)
- 60% des habitants ont moins de 25 ans
- Un pouvoir d'achat individuel en progression

+

Métropolitains résidant à Mayotte : Une population importante de passage

- 17 000 fonctionnaires sur l'île + salariés privés
- Dont une part considérable de métropolitains et réunionnais

Une demande extérieure et une demande locale qu'il faut adresser : hébergements, activités, aménagements, animations…

Répondre aux attentes croisées des touristes et habitants

Une politique qui doit mêler tourisme et loisirs

Une offre de loisirs qui s'adresse aux clientèles existantes, résidentes, dont certaines attentes sont insatisfaites :

- **Les habitants de Mayotte,** qui représentent une demande importante pour des loisirs non-marchands ainsi que des loisirs marchands. La cible des enfants et des familles pour des loisirs fun et sportifs est particulièrement importante.
- **Les résidents, non originaires de Mayotte mais de métropole ou de la Réunion majoritairement,** installés à Mayotte pour une longue période, seuls ou en famille, ayant un certain pouvoir d'achat, et qui sont en fait des « hyper-touristes »
- **Les résidents de retour à Mayotte après un long séjour à l'extérieur**, qui ont parfois voyagé longtemps pour leur travail ou leurs études, et qui aspirent à mieux connaître leur île, et à pratiquer un certains nombre de loisirs

Une offre de séjour touristique qui s'adresse à un réservoir de clientèles potentiel à développer :

- **Les touristes d'agrément**, essentiellement originaires de Métropole ou de la Réunion, et qui pourraient s'internationaliser progressivement, recherchant une destination à la fois dépaysante et sécurisante
- **Les touristes de niche**, recherchant une destination « écotouristique singulière et crédible », une destination « plongée » , ou encore une destination « aventure, hors des sentiers battus »
- **Les touristes « opportunistes »** provenant de l'Océan Indien, d'Afrique de l'Est…

Une offre d'excursion touristique qui s'adresse à des clientèles dont les modalités d'accueil sont très spécifiques, du fait des motifs, conditions et durées de séjour

- **Les touristes d'affaires,** pour qui des services spécifiques et des possibilités d'excursion doivent être améliorés / développés, et qu'il faudrait réussir à convertir en touristes d'agrément à l'occasion d'un nouveau séjour
- **Les touristes affinitaires,** originaires de Métropole, qui sont souvent hébergés chez des amis/famille, avec qui ils partagent certaines activités de loisir/découverte
- **Les croisiéristes**, pour lesquels des produits spécifiques doivent être spécialement conçus, en terme de contenus, de format et d'accompagnement

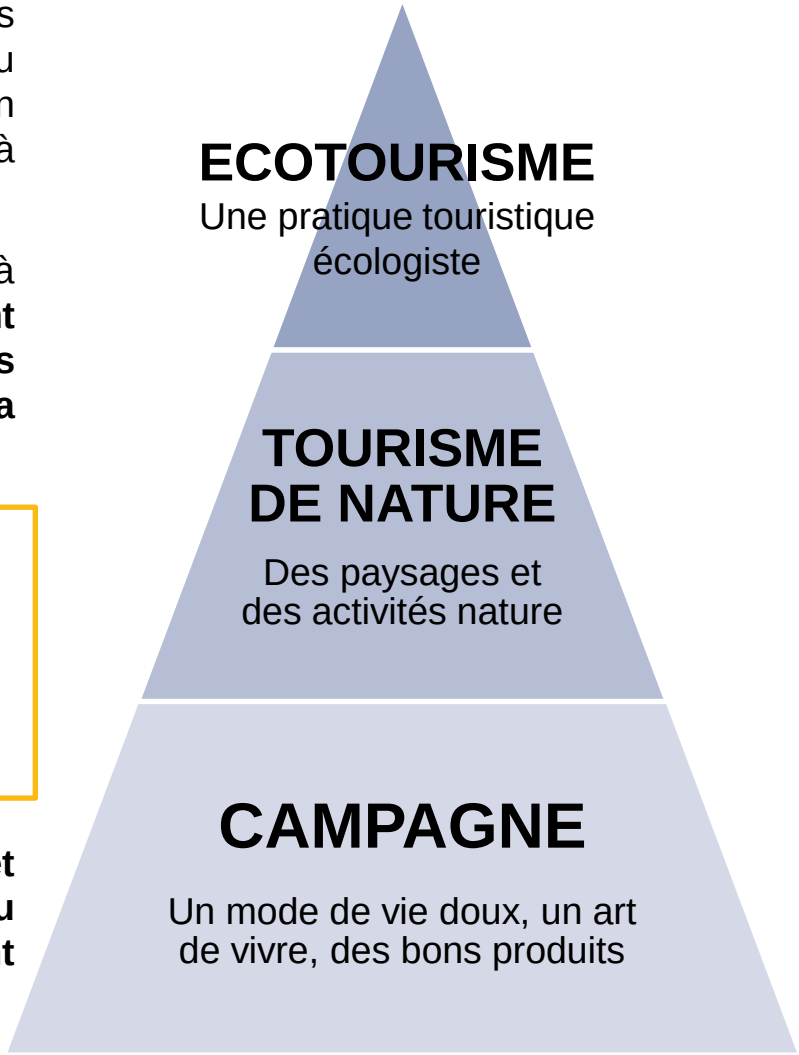
Affirmer un positionnement écotouristique

Définition de l'écotourisme

- Organisation Mondiale du Tourisme : Tourisme de nature = « toutes formes de tourisme dans lesquelles la principale motivation du touriste est l'observation et la jouissance de la nature » (observation et appréciation de la nature, mais plus largement les activités liées à sa découverte, qu'elles soient sportives ou non).
- **Ecotourisme** = une déclinaison du tourisme de nature, cherchant à **minimiser l'impact sur l'environnement naturel et impliquant une participation active des populations locales et des touristes à des actions de sauvegarde et d'éducation à la sauvegarde de la biodiversité.**

> ***Une forme de tourisme alternative*** *qui vise à* ***sensibiliser les voyageurs*** *au cadre naturel ou aux lieux qu'ils visitent, à* ***respecter la culture des communautés locales*** *et à* ***minimiser les effets négatifs*** *de leurs activités sur l'environnement. L'écotourisme concernent principalement des destinations dans lesquelles le* ***patrimoine culturel et environnemental est abondant****.*

→ **Au regard de la richesse environnementale, culturelle et humaine de Mayotte, de l'enjeu de préserver cette richesse, et du positionnement prix de la destination, un positionnement écotouristique est le plus pertinent.**



Affirmer un positionnement écotouristique

Justification du positionnement

Ce pourquoi c'est un positionnement pertinent pour Mayotte

- Pour **préserver l'environnement naturel** de Mayotte, qui est son actif touristique clé ;
- Pour développer **des emplois locaux**, sans détruire l'environnement ;
- Pour valoriser la **culture locale** et **l'authenticité du territoire** ;
- Pour **valoriser économiquement** des **espaces naturels** ou des **sites culturels,** en respectant les sites ;
- Pour accroitre la **prise de conscience** chez les habitants comme chez les touristes de la **nécessité de préserver le capital naturel et culturel ;**
- Pour un **tourisme bien vécu** par la population locale
- Pour un tourisme **vitrine de l'attractivité** globale du territoire

Les atouts de ce choix de positionnement dans le contexte concurrentiel

- Un positionnement qui donne un **caractère différenciant** à la destination Mayotte dans l'Océan Indien et potentiellement un **caractère exemplaire à long terme**
- Un positionnement qui doit porter une **montée en gamme, en phase avec le niveau des prix**
- Un positionnement **attractif pour les clientèles européennes, en particulier allemandes, belges et suisses**

→ Pour être crédible, un positionnement doit être vécu par les touristes, c'est-à-dire qu'il doit être décliné dans les offres, les aménagements…(cf. plan d'actions)

Affirmer un positionnement écotouristique

Les tendances d'évolution des produits touristiques marchands

Exemples de tendances de produits

- des hôtels intégrés dans leur environnement naturel : les écolodges, écohôtels ou hôtels écologiques
- des gîtes d'étape offrant des services spécialisés pour les randonneurs, les cavaliers ou les cyclistes
- des chambres d'hôtes ajoutant à leur offre la table d'hôte, ou encore le goûter à la ferme…
- des hébergements à la ferme
- des nouveaux modes d'hébergement insolites pour vivre le spectacle de la nature (tendacayou)
- d'autres concepts situés à la lisière entre le marchand et le non-marchand, tel que le « wwoofing » (Willing Workers On Organic Farms), où le visiteur est accueilli gratuitement dans une ferme biologique et en échange, prête main forte aux activités qui s'y pratiquent.

V. LA STRATEGIE ET LE PLAN D'ACTIONS PAR VOLET

1. OFFRES & AMENAGEMENTS

OFFRES ET AMENAGEMENTS

Axes stratégiques

Offres et services

- En premier lieu, développer l'**hébergement hôtelier** de bon niveau, sur un positionnement écotouristique
- Développer et rendre lisible les offres d'**activités touristiques vitrines** de la destination, les « must »
- S'appuyer sur les **loisirs de sport nature** pour créer du lien entre les territoire (sentiers de randonnée)
- Affirmer l'**authenticité du territoire** dans des offres et services

Aménagements / Equipements / Environnement

- **Rendre accessibles** les principaux sites touristiques et de loisirs
- **Aménager, équiper, rendre propre, et sécuriser** les principaux espaces touristiques (sentiers et plages notamment)
- **Accueillir** les touristes **dans des conditions correctes**, en adéquation avec un positionnement écotouristique
- Faire de la **mobilité maritime et cycliste** une expérience touristique

OFFRES ET AMENAGEMENTS

Trame du plan d'actions (à préciser en phase 3)

Hébergement	Piloter la création de 150 chambres d'hôtel (2-4 établissements écotouristiques de niveau 3* et plus, dont un thématisé plongée) à horizon 5 ans, 500 chambres au total à horizon 10 ans
	Structurer la création d'un réseau de gîtes d'étape (agrotouristiques, étapes village, …)
	Accompagner la création d'hébergements alternatifs (bateaux, dans les arbres, bangas revisitées…)
Activités vitrines	**Lagon** (plongée et sorties bateau) : Développer les pôles d'accueil des activités liées au lagon à Mamoudzou, à Petite-Terre, dans le Sud, et au Nord Ouest (aménagement ponton, animations, …)
	Sport nature : Aménager et équiper les sentiers selon les possibilités d'étapes et services, en cohérence avec les boucles intercommunales et le sentier du Littoral (dont 2-3 sentiers star tels Mont Choungui, Lac Dziani, 1 sentier VTT…)
	Sport nature : Créer des pôles d'activités nautiques et sport nature (kayak, bateaux…), et les mettre en réseau (pour les rendre plus visibles et mailler le territoire)
	Plages : Développer un plan plages pour valoriser et animer (aménagement, toilettes, propreté, activités nautiques…)
	Sensibilisation : Développer le jardin botanique de Coconi avec des produits plaisir, santé, bien-être (visites guidées, services, valorisation plantes médicinales, massages, produits parfumés…)
	Sensibilisation : Structurer un centre de science participative sur les animaux
	Culture & Art : Développer un pôle évènementiel mixte d'envergure avec services sur chacun des territoires
	Loisirs : Accompagner la création d'équipements de loisirs privés (équipement indoor et outdoor, acrobranche,…)
	Convivialité : Développer un volet valorisation touristique dans les projets de réaménagement du front de mer et de la marina de Mamoudzou (aménagements urbains, restauration, animations, valorisation de l'artisanat, marché et CDTM…)
	Croisière : Améliorer les conditions d'accueil et de visite des croisiéristes (aménagement du quai, offres de visite, …)
Expérience de visite	Garantir la propreté des principaux sites touristiques
	Garantir l'accessibilité des hébergements et principaux sites touristiques (dont PMR sur quelques sites stratégiques)
	Développer la mobilité maritime

OFFRES ET AMENAGEMENTS

Conditions de développement de l'offre

PROPRETE ET PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

Préserver les milieux, rendre l'île propre

ACCESSIBILITE ET MOBILITE

Accessibilité : Désenclaver Mayotte par une amélioration de la desserte aérienne et maritime
Mobilité dans l'île : Inciter aux modes alternatifs à la voiture (2 roues)

SECURITE

Garantir la sécurité des touristes dans leurs hébergements et lieux de visite

REGLEMENTS D'URBANISME

Trouver des marges de manœuvre pour mobiliser du foncier stratégique

GESTION DES SITES

Déterminer par site des solutions partenariales

FINANCEMENT DES PROJETS

Trouver des solutions de financement

+ QUALITE DE L'ARCHITECTURE ET DE L'URBANISME

OFFRES ET AMENAGEMENTS

→ Enjeu de créer les marqueurs de la destination

HEBERGEMENTS ECO TOURISTIQUES		PLONGEE	
SENTIERS		CULTURE	
ARTISANAT		NATURE	
NAUTISME		PLAGES	

2. QUALITE / FORMATION / EMPLOI

QUALITE / FORMATION / EMPLOI

Un enjeu de qualification globale de l'offre et de professionnalisation

LES ENJEUX « QUALITÉ » :

- **L'optimisation des retombées économiques** liées au tourisme et aux loisirs;
- **La satisfaction et la fidélisation des clientèles locales** et la création d'habitudes de fréquentation de leur propre territoire ;
- **La structuration et le développement des offres**, avec la question essentielle des hébergements;
- **La professionnalisation des prestataires**, et la prise en compte des nouvelles attentes en matière d'écoresponsabilité ;
- **Des questions transversales d'aménagement** des espaces publics, de paysage, de propreté…;
- **L'ancrage territorial des offres** : valorisation de l'architecture locale, des spécificités culturelles, des activités différenciantes…;
- **La question de la rassurance des clientèles touristiques** et de la lisibilité de l'offre.

Les enjeux et les objectifs de qualité globale de la destination Mayotte ne peuvent se comprendre de façon isolée par rapport aux autres plans d'actions opérationnels. En effet, les actions en matière d'aménagement, de marketing et les modes d'intervention des collectivités sont autant de leviers en faveur de la qualité.

LES ENJEUX « FORMATION / EMPLOI » :

- **Un contexte national et international de plus en plus concurrentiel**, qui impose de faire appel à toutes ses capacités de développement
- **Des nouvelles technologies de plus en présentes à toutes les étapes d'un séjour** et dans toutes les fonctions de gestion des établissements.
- **Des établissements qui sont majoritairement des TPE, souvent mal outillées** pour gérer les embauches, peu familières avec la règlementation, les dispositifs d'aide à l'embauche, de formation…
- **Des savoir-faire qui s'acquièrent largement par l'expérience** ; et des prérequis fondamentaux basés sur la communication orale, le sens du service et de la satisfaction Client.
- **Des métiers qui embauchent, mais une grande majorité des emplois relève de la production culinaire, du service ou de l'accueil :**
  - ✓ Conditions de travail difficiles,
  - ✓ Possibilités d'évolution de carrières peu lisibles
  - ✓ Rémunérations jugées insuffisantes,
  - ✓ Nécessité de faire des sacrifices familiaux ou personnels, et de maîtriser plusieurs langues.
- **Informer, mais aussi donner envie : en créant / valorisant des avantages « métiers »** : intéressement, plan de formation, mobilité géographique et professionnelle, réseaux pro…

QUALITE / FORMATION / EMPLOI

Axes stratégiques

Qualité des prestations emblématiques – approche par filière

- **Valoriser la qualité de l'encadrement de la plongée, et améliorer les prestations connexes** (langues étrangères, qualité des repas, accueil de groupes, pontons)
- **Structurer les filières de la Restauration** (traçabilité et qualité de l'approvisionnement en matières premières, développement des services Traiteur…)
- **Améliorer l'accueil des croisiéristes** (formation des taxis touristiques, développement de l'offre d'excursions participatives et sécurisées…)
- **Diversifier les compétences et savoir-faire des guides touristiques,** les inciter à créer leur propre activité, et à se regrouper

Profession-nalisation et pérennité des emplois qualifiés – outils et méthode

- **Améliorer l'observation de l'emploi touristique et des besoins en formation**
- **Développer l'ingénierie de formation et la formation de formateurs en lien avec les nouvelles technologies et l'écotourisme**
- **Adapter la formation aux conditions d'emploi et de travail :** formation à la création d'entreprises, formation *in situ* dans les entreprises
- **Déployer la conditionnalité des aides publiques à des exigences de qualité** : qualification des personnels, classement, labélisation, certification…
- **Développer une « Communauté des professionnels du tourisme »**

QUALITE / FORMATION / EMPLOI

Trame du plan d'actions (à préciser en phase 3)

Qualité / Formation / Emploi	Développer l'offre de formation dans une logique écotouristique (ingénierie pédagogique, formation des formateurs, formation des bénéficiaires)
	Soutenir l'amélioration de la qualité des offres (conditionner l'attribution des aides publiques à des exigences de qualité et d'emploi, effectuer des contrôles qualité, process d'amélioration de la qualité en lien avec l'observatoire du tourisme …)
	Mettre à niveau et décliner le label Ylang, pour préparer la destination à une démarche d'écocertification transversale (OT/HR/Activités…), de niveau international
	Créer une communauté du tourisme à Mayotte pour valoriser les métiers du tourisme
	Créer un grand évènement annuel (salon de l'emploi touristique, conférences, réseau…)

3. ORGANISATION

ORGANISATION

Enjeu principal : une bonne répartition des rôles et des moyens

UN DÉPARTEMENT STRATÈGE

1. **Les compétences du Département à renforcer dans son rôle de Chef de file,** et autour des sujets stratégiques : projet hôteliers d'envergure, durabilité du tourisme, désenclavement du territoire, et suivi transversal du SRDTLM
2. **Une compétence à prendre en matière de Sport de Nature** pour mettre en place le Plan Départemental des Itinéraires de Promenades et de Randonnées, et le Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires
3. **Des groupes de travail et partenariats à coordonner et animer sur des sujets à décloisonner** comme :
    a) l'attribution du foncier stratégique (en partenariat avec la DEAL et le CL) et la valorisation des sites départementaux (parcs, jardins, forêts, domaine maritime…),
    b) la formation aux métiers du tourisme,
    c) L'écoresponsabilité des filières stratégiques (en partenariat avec le Parc marin et les chambres consulaires), notamment sur hébergement, la restauration, les activités lagon…)
    d) la coopération touristique régionale

DES EPCI MAÎTRES D'OUVRAGE, ET PROCHES DES ACTEUR DE TERRAIN

1. **Des modalité de partenariat à définir avec les EPCI pour décliner la mise en œuvre du SRDTLM dans les territoires de projet** (aménagements, gestion, exploitation, animation…)
2. **Des missions de sensibilisation à la culture du Tourisme et des Loisirs, et à la préservation des patrimoines à confier aux OTI, en lien avec le tissu associatif local,** autour de projets participatifs, de projets scolaires, d'évènements locaux… (Economie Sociale et Solidaire, Education à l'environnement…)

UN CDTM RECENTRÉ SUR SON CŒUR DE MÉTIER

1. **Des missions à redéfinir pour le Comité du Tourisme de Mayotte, avec notamment un renforcement de ses missions de promotion de la Destination à l'extérieur**,
2. et une réflexion particulière à mener sur la gestion des situations de crise (sociale, sanitaire, en lien avec les risques naturels…)

ORGANISATION

Axes stratégiques

Département – Région : le stratège

- **Piloter la compétence « Tourisme »** de manière transversale et partagée
- **Affirmer les sujets stratégiques à traiter de façon partenariale** : sports de nature, foncier stratégique et aménagement, formation, écoresponsabilité…
- **Repositionner le CDTM dans l'écosystème d'acteurs** pour mieux cibler ses missions

EPCI : Maîtres d'ouvrage

- **Confier une partie de la mise en ouvre du SRDTLM aux EPCI,** notamment en matière d'aménagement
- **S'appuyer sur les OTI pour rapprocher les politiques publiques du tourisme des acteurs économiques et des habitants**

ORGANISATION

Trame du plan d'actions (à préciser en phase 3)

Organisation	Structurer un service en charge du pilotage du Schéma et de la fonction ingénierie de projet (animation de la démarche, aménagement, prospection investisseurs, CDESI ?, …)
	Structurer les modalités d'accompagnement du Département (règlements d'intervention sur les crédits sectoriels) et l'accueil des porteurs de projets touristiques et de loisirs (1 point d'accueil, 1 service d'aide au montage de dossiers, 1 service conseil qualité…)
	Développer le partenariat entre le Département et les EPCI
	Redéfinir les missions du CDTM et élaborer la convention d'objectifs et de moyens entre le Département et le CDTM (promotion de la destination, structuration de produits, animation du réseau, communication de crise, lien avec les journalistes…)
	Définir un groupe de travail stratégique avec les grands partenaires (chambres consulaires, ADIM, Parc Marin, services de l'Etat, EPFAM, CRESS, …)

4. OBSERVATION

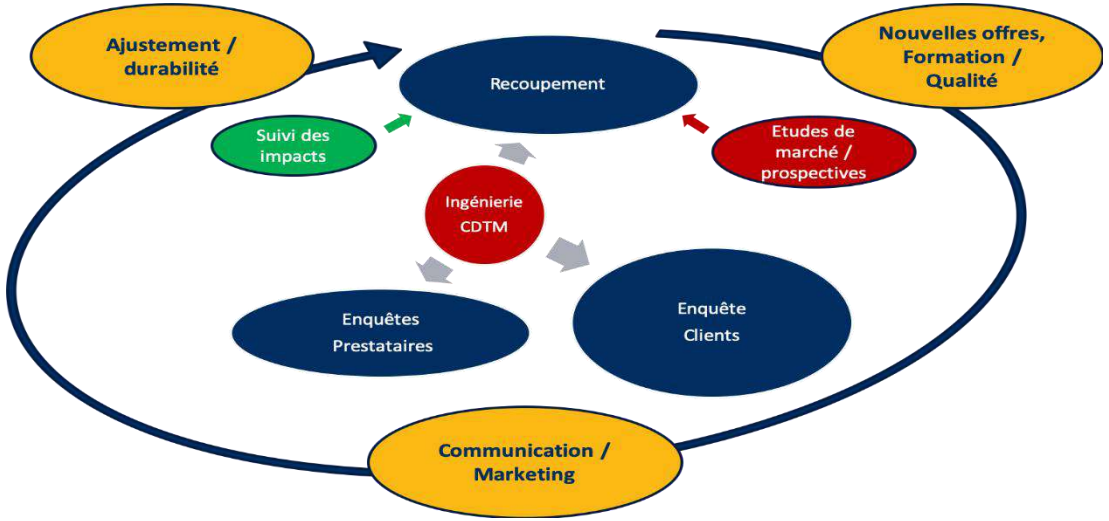
OBSERVATION / EVALUATION

Un enjeu de garantir la durabilité des choix stratégiques

LES ENJEUX DE L'OBSERVATION / ÉVALUATION

1. **La bonne maîtrise des procédures et méthodes d'observation**
2. **La juste connaissance des phénomènes touristiques** qui permettent d'évaluer la réalisation des objectifs stratégiques du schéma
3. **La possibilité d'arbitrer en faveur des pratiques de tourisme durable**
4. **La connaissance des motifs de satisfaction et d'insatisfaction des publics cibles** (clients et habitants)
5. **L'adaptation des mesures d'accompagnement :** formation, accompagnement des entreprises, communication institutionnelle
6. **L'efficacité des actions de communication et de marketing ciblée**

La formalisation d'un dispositif d'observation doit venir conforter les objectifs stratégiques du schéma, et les leviers pour y parvenir :



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Le développement de l'offre et de l'emploi touristique
- Le développement des flux et des dépenses des touristes

CONDITIONS À RÉUNIR

- Le développement de la qualité et de l'écoresponsabilité des prestations
- L'appropriation des patrimoines naturels et culturels par les habitants, et comme une ressource touristique à exploiter et donc à préserver
- Le développement de l'attractivité globale, autour d'une image positive et différenciante, et autour de la rassurance des visiteurs et investisseurs (stabilité, propreté, sécurité…)

OBSERVATION / EVALUATION

Axes stratégiques

Impacts économiques, sociaux et culturels	• **Comprendre et mesurer les flux de visiteurs, les profils, les motifs de visite, les sources de satisfaction et d'insatisfaction, à des moments précis** • **Suivre et appuyer l'évolution des conditions de développement du tourisme et des loisirs (économie, emplois, formations, appropriation des patrimoines, image…)**
Durabilité des pratiques touristiques	• **Objectiver les corrélations entre le secteur du tourisme et des Loisirs, et l'état des milieux naturels**

OBSERVATION / EVALUATION

Trame du plan d'actions (à préciser en phase 3)

Observation/ Evaluation	Créer un observatoire du Tourisme et élaborer une méthode de collecte systématique de données sur les activités stratégiques, et permettant de publier des notes de conjoncture trimestrielles et des études thématiques (comportements des visiteurs, emplois dans les établissements de tourisme et de loisirs, flux touristiques à l'aéroport de Dzaoudzi, fréquentation hôtelière, marchés cibles, image de la destination…)
	Mettre en place des outils de suivi des impacts des activités touristiques, notamment en lien avec les espaces naturels

Prochaines étapes

PHASE 3 : PLAN D'ACTIONS

1. REUNIONS DE TRAVAIL SUR LES VOLETS DU PLAN D'ACTIONS	→ **Novembre 2019**
2. FORMALISATION DU PLAN D'ACTIONS	→ **Décembre 2019**
3. VALIDATION DU SRDTLM	→ **Comité de pilotage mi-décembre 2019**

Contact

Stéphane DURAND – Directeur et Associé
Horwath HTL France
6, rue Dunois
75013 Paris
sdurand@horwathhtl.com

Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs de Mayotte

Phase 3 – PLANS D'ACTIONS

Pour le compte de

Conseil Départemental de Mayotte

DÉPARTEMENT DE MAYOTTE

Horwath HTL
Hotel, Tourism and Leisure

HB. HORIZON BLEU

Janvier 2020

Introduction

Le Conseil Départemental de Mayotte a retenu le cabinet Horwath HTL pour l'élaboration du Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs de la destination Mayotte.

Filière à potentiel pour Mayotte, le tourisme revêt de nombreux enjeux d'attractivité territoriale, de valorisation et de préservation de son environnement naturel, de cohésion sociale, de création d'emplois, ...

Comme mentionné dans le cahier des charges, le produit attendu de l'étude est un document prospectif, stratégique et opérationnel qui doit constituer la feuille de route de l'action publique locale en matière de politique touristique.

Le présent document constitue le rapport de phase 3 Plan d'actions.

La liste des actions ainsi que leur contenu ont été co-construits avec les acteurs du territoire, institutionnels et socioprofessionnels, à travers des ateliers sur les 5 volets du Schéma.

Le plan d'actions a été présenté en comité de pilotage le 18/12/2019 dans l'hémicycle du Département.

Calendrier prévisionnel de la mission

Fin-février 2019	**Réunion de lancement le 25/02/2019**
Fin février - Début mai 2019	**PHASE 1 : Diagnostic stratégique**
Mi-mai 2019	**COTECH le 16/05/2019**
Mi-mai - Fin juin 2019	**PHASE 2 : Stratégie touristique et des loisirs**
Fin juin 2019	**COTECH le 21/06/2019**
2ème semestre 2019	**PHASE 3 : Plan d'actions et organisation territoriale**
Décembre 2019	**COPIL le 18/12/2019**

Un Schéma co-construit avec les acteurs

PHASE 1 - DIAGNOSTIC

- Visite du territoire et des principaux sites touristiques
- 5 ateliers territoriaux sur les 5 secteurs du territoire
- Des entretiens individuels (services du Département, CDTM, ADIM, Préfecture, DJSCS, Associations, Baobab Tour, Parc Naturel Marin, DEAL, …)
- Un comité technique

PHASE 2 - STRATEGIE

- 6 ateliers : développement de l'offre de loisirs, développement de l'offre de tourisme, hébergements touristiques, conditions de développement de l'offre, emploi / formation, organisation touristique
- Un comité technique

PHASE 3 - PLAN D'ACTIONS

- 6 ateliers : sur l'offre de sentiers de randonnée et de promenades, sur l'élaboration d'un plan plages, sur la formation et la qualité, sur l'organisation touristique du Département et de ses partenaires, sur l'évolution du CDTM en une agence de développement touristique
- Un comité technique
- Un comité de pilotage

PHASE 3

PLANS D'ACTIONS

Sommaire Phase 3 – Plans d'actions

I. ENSEIGNEMENTS DU DIAGNOSTIC p.6

II. AMBITION ET OBJECTIFS DU SRDTL p.11

III. PLANS D'ACTIONS p.17

- A/ Offres et aménagements p.18
- B/ Organisation touristique p.56
- C/ Qualité - Formation - Emploi p.76
- D/ Observation et évaluation p.94
- E/ Marketing et communication *(cf. document joint)* p. 108

IV. STNTHSE (PLANNING, PILOTAGE, BUDGETS D'INVESTISSEMENT) p.109

V. GLOSSAIRE p.113

I. ENSEIGNEMENTS DU DIAGNOSTIC

Les 10 points-clés du diagnostic

Synthèse du diagnostic

1. Un vrai potentiel sur **la plongée et les activités liées à la biodiversité**
2. L'offre de **plage** est peu développée et le **potentiel reste à valoriser**
3. Une destination avec les avantages du système français, mais aussi ses inconvénients : **un tarif décalé** par rapport à ce qu'on trouve dans les autres destinations de l'Océan Indien et du Monde
4. Un **contexte social (sécurité)** compliqué voire dégradé, qui représente des **freins à l'investissement**
5. Une destination dépendante des **clientèles métropolitaine et réunionnaise**, à cause des **contraintes d'accessibilité aérienne**
6. **Le loisir** est un enjeu stratégique pour le développement économique, mais aussi pour des raisons sociales. Le développement des loisirs est un enjeu au moins aussi important que le développement du tourisme.
7. Un enjeu sociétal de **faire découvrir aux Mahorais toutes les richesses de leur territoire, dont le lagon**
8. La **question de l'aérien** dépasse le sujet touristique, mais le désenclavement de Mayotte est un enjeu pour capter davantage de touristes.
9. Un **foncier** qui est **stratégique et rare**. Il doit absolument contribuer à produire des lieux d'exception et à développer l'économie locale
10. En termes de positionnement, jouer sur le **registre qualitatif et exemplaire sur le plan environnemental** en misant sur **l'écotourisme de bon niveau à haut-de-gamme** est la seule option possible pour Mayotte. La destination n'a pas la capacité à devenir un balnéaire moyenne gamme.

Enjeu central du Schéma : Renforcer / Créer les bases de la destination

Des sujets d'amélioration sur chacune des étapes du parcours client…

Le diagnostic a révélé que l'enjeu fondamental du Schéma constituait à créer ou renforcer les bases de la destination Mayotte sur chacun des aspects d'une destination : hébergement, activités, restauration, accessibilité, aménagements… Les conditions ne sont globalement pas aujourd'hui réunies pour accueillir de manière correcte touristes d'agrément et d'affaires, notamment des groupes.

Arriver et parcourir la destination

- Accessibilité aérienne
- Accessibilité maritime
- Embarcadères de la barge à Mamoudzou et Petite-Terre
- Liaison en barge de Petite-Terre au Sud
- Propreté des voies
- Transports publics
- Réseau de taxis
- Signalétique, orientation
- Services (wifi, location de vélos…)

Découvrir les paysages, le patrimoine, les aménagements

- Accessibilité des principaux sites d'intérêt (plages, ilots, volcans, forêts, …)
- Offres de découverte « augmentée » du lagon
- Aménagement des plages, des randonnées…
- Valorisation du patrimoine
- Innovation (mobilier urbain, …)

Pratiquer des activités

- Lisibilité de la destination dans son ensemble
- Lisibilité des offres
- Diversification des offres (lagon, balnéaire, randonnée, culture, art, sport, …)
- Offres identitaires
- Qualité des prestations, offres répondant aux critères métropolitains et internationaux
- Développement de loisirs de proximité
- Développement d'offres DIY (ateliers culinaires, ateliers d'artisanat…)

Se restaurer et avoir un moment de convivialité

- Valorisation de la gastronomie locale
- Valorisation des produits locaux et utilisation des circuits courts (moins d'import)
- Valorisation de la culture locale
- Lieux de réunions
- Loisirs identitaires
- Offres d'ambiance

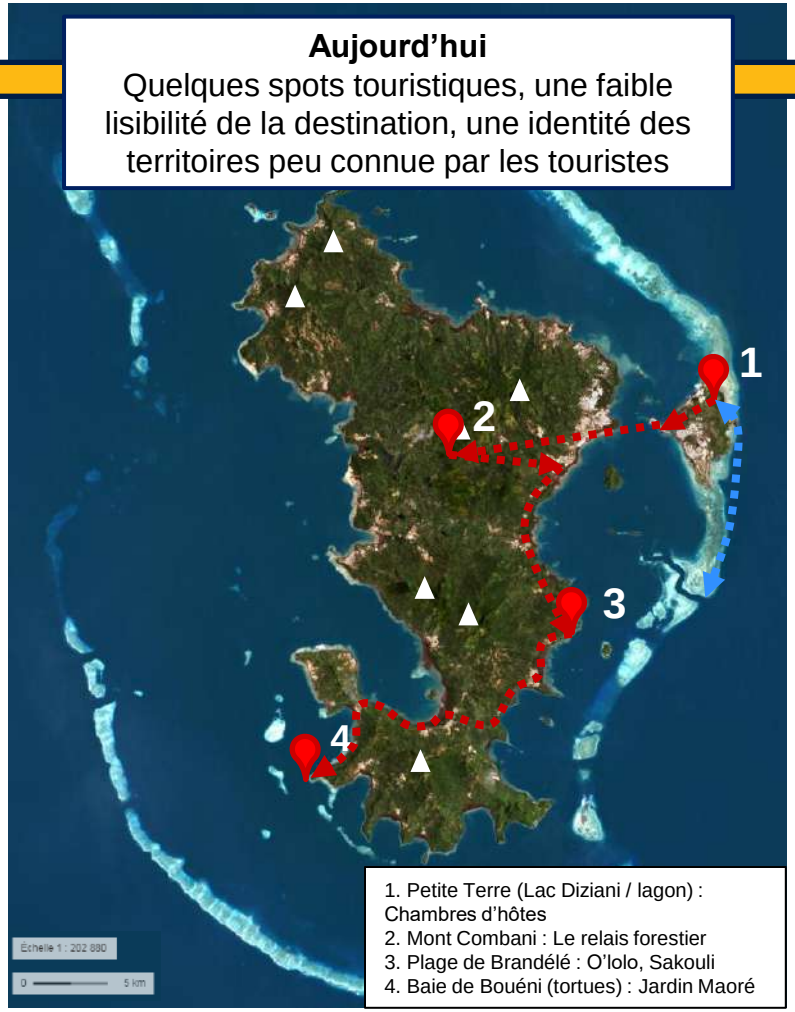
Dormir

- Capacité hôtelière
- Qualité de l'offre hôtelière
- Chambres d'hôte et gîtes de bon niveau
- Diversité de gamme
- Offres de charme, offres insolites
- Accueil de groupes

Spatialisation des enjeux :
Une territorialisation des sites et parcours à construire

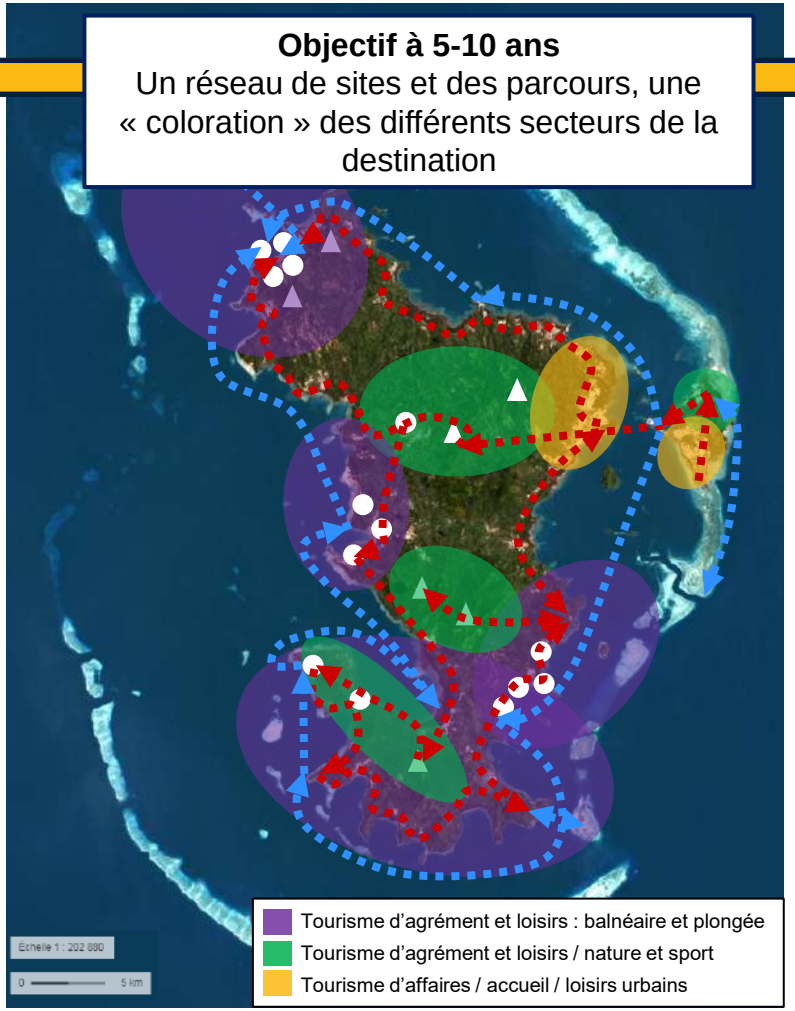
Carte illustrative du développement de l'offre

Aujourd'hui
Quelques spots touristiques, une faible lisibilité de la destination, une identité des territoires peu connue par les touristes



1. Petite Terre (Lac Diziani / lagon) : Chambres d'hôtes
2. Mont Combani : Le relais forestier
3. Plage de Brandélé : O'lolo, Sakouli
4. Baie de Bouéni (tortues) : Jardin Maoré

Objectif à 5-10 ans
Un réseau de sites et des parcours, une « coloration » des différents secteurs de la destination



→ **Progressivement, structurer une carte et des parcours touristiques offrant des séjours riches et de qualité**

Une ambition de réussir le Schéma

→ Aboutir à un schéma opérationnel et faisable

- Pour que le Schéma soit opérationnel, le **plan d'actions ne doit pas être exhaustif**. Il doit uniquement intégrer des **actions à fort effet de levier pour le développement touristique de l'île dans les 5 à 10 prochaines années**.
- Afin d'assurer l'effectivité de la mise en œuvre du Schéma, seules des actions dont la **faisabilité a été vérifiée** doivent être intégrées.
- Cela signifie que certaines actions identifiées par les acteurs, bien qu'elles soient pertinentes, ne seront pas intégrées dans le présent Schéma car considérées davantage comme des mesures d'accompagnement, ou peu faisables à court et moyen terme. Elles pourront être traitées dans un second temps.

- Les conditions de succès du Schéma, en particulier sur l'enjeu central de création d'offres, se regroupent en 3 catégories :
  - Aménagement :
    - Maîtrise de fonciers stratégiques sur quelques sites, notamment pour la création d'hébergements
    - Aménagement de sites supports aux activités phares (ex : pontons pour la plongée)
  - Mobilisation des acteurs :
    - Accord sur le projet de la part des différents acteurs (Département, CDTM, EPCI, communes, GEMTOUR, Adim, CCI, Préfecture, Parc Marin, acteurs privés …)
    - Mobilisation de la population dans le développement de projets
    - Acceptation par la population des projets
  - Une démarche professionnelle :
    - Identification d'investisseurs et opérateurs
    - Des dispositifs d'accompagnement fiables, clairs et lisibles

Le présent Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs de Mayotte, est une **composante du SRDEII (Schéma régional de développement économique d'innovation et d'internationalisation).**

Les orientations stratégiques et les sites de projet, d'ores-et-déjà identifiés, ou qui vont l'être prochainement dans le cadre des travaux de l'EPFAM, du Département, de la DEAL et d'autres partenaires, ont vocation à être intégrés au **SAR (Schéma d'Aménagement Régional)**, en cours d'élaboration.

II. L'AMBITION ET LES OBJECTIFS DU SRDTL

L'ambition du SRDTL

Une ambition qui se décline sur les différents volets

1. Mener une politique d'aménagement et de création d'une offre de tourisme d'agrément qui assure les « basiques » de la destination

Cet objectif recouvre plusieurs sujets stratégiques :

- L'aménagement des principaux sites touristiques et de loisirs
- Les hébergements, avec l'enjeu de développer plusieurs établissements hôteliers pouvant accueillir des groupes
- La création de produits d'écotourisme
- La mise en valeur de la culture et des patrimoines
- Les loisirs de proximité

2. Améliorer l'image de Mayotte

Le développement du tourisme à Mayotte passe par une amélioration progressive de son image. Cela implique de démontrer les évolutions, de prouver les réalisations, de faire rêver avec des produits à fort contenu… Ces effets liés au développement de l'offre seront renforcés par le travail sur la marque.

Le tourisme doit être un marqueur des atouts que Mayotte a à offrir.

3. Améliorer la qualité des prestations et accompagner la formation des hommes

La qualité et la fiabilité des prestations est un enjeu d'autant plus important que Mayotte est une destination en création, qui a besoin de montrer aux opérateurs comme aux clients potentiels sa capacité à structurer des projets, et à assurer une continuité des offres et des produits.

Pour cela, il convient que les opérateurs puissent trouver de la main d'œuvre formée, ce qui implique la mise en place d'un dispositif de formation adéquat.

4. Structurer la gouvernance touristique du territoire pour une plus grande efficacité

Il faut créer la destination Mayotte, et pour cela agir tout à la fois sur l'offre, l'aménagement, le développement de produits, le marketing, la qualité… Il est essentiel que le Département assume son rôle de pilote, et que les partenariats avec les différents acteurs concernés soient clarifiés et entretenus.

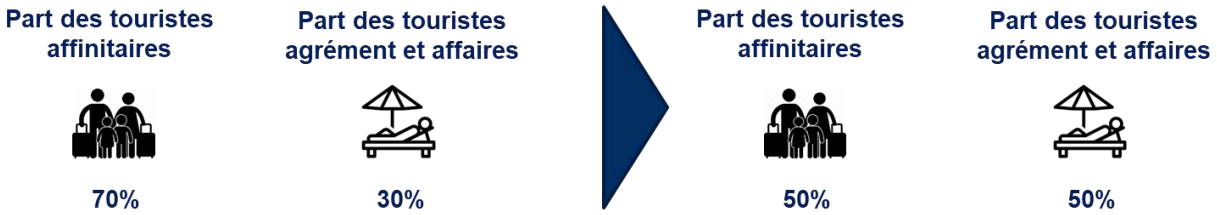
Une organisation à plusieurs strates est à structurer entre le Département, le CDTM, les EPCI et leurs OTI, et les partenaires institutionnels.

Les objectifs stratégiques de la politique régionale

Des objectifs de réalisation et d'impact à 5-10 ans (sous conditions)

Doubler les arrivées touristiques

Atteindre 50% de touristes d'agrément et d'affaires



Développer 150 chambres d'hôtel de niveau 3* et plus (de type écotourisme) à horizon 5 ans, 500 chambres au total sur 10 ans (a minima)

Aménager, équiper et rendre propres les principaux sites touristiques de l'île

Sortir 3 équipements de loisirs (équipement de loisir indoor, jardin, équipement évènementiel…)

Des objectifs à décliner dans 5 plans d'actions

5 plans d'actions cohérents entre eux

Le plan marketing	• Marque touristique de la destination, charte graphique, plan marketing et plan de communication
Le plan de développement des offres et aménagements	• Aménagement et gestion de sites touristiques • Actions de développement des offres • Actions d'amélioration de l'expérience de visite
Le plan qualité et formation	• Stratégie qualité • Stratégie formation
Le plan organisation touristique territoriale	• Définition de l'organisation touristique du territoire • Gouvernance du schéma • Définition des partenariats • Plan de gestion touristique des risques
Le plan observation et prospective	• Mise en place d'un observatoire du tourisme

Liste des actions par volet

Offres et aménagements (11 actions)	**Hébergement**	Piloter la création de **150 chambres d'hôtel à horizon 3-5 ans** (3-4 établissements écotouristiques de niveau 3* et plus), **500 chambres à horizon 10 ans**
	Activités vitrines	**Sport nature** : Aménager et équiper des sentiers terre-mer
		Plages : Développer un plan plages pour développer le tourisme balnéaire
		Lagon : Accompagner la structuration de pôles intercommunaux d'accueil d'activités liées au lagon
		Nature / Parfum : Redévelopper le jardin botanique de Coconi
		Culture : Construire un plan de valorisation de certains patrimoines matériels et immatériels mahorais
		Culture / Art / Traditions mahoraires : Soutenir le développement de lieux d'animation communaux
		Convivialité : Développer la dimension touristique du front de mer de Mamoudzou
		Croisière : Améliorer les conditions d'accueil et de visite des croisiéristes
	Image et expériences	Garantir la **propreté** des principaux sites touristiques
		Garantir l'**accessibilité** des hébergements et principaux sites touristiques

Liste des actions par volet

Organisation (3 actions)	**Rôles et partenariats**	Définir le rôle du Département et ses partenariats pour mettre en œuvre le Schéma
		Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement de l'offre et de l'attractivité de la destination (nouvelles missions d'ingénierie pour accompagner le développement de l'offre)
		Développer le partenariat entre le Département et les EPCI
Qualité / Formation / Emploi (3 actions)	**Certification**	Qualité : Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable pour enclencher une dynamique de progression dans son ensemble (approche transversale, reconnaissance internationale, passerelle avec les marques et classements locaux et nationaux)
	Formation Professionnelle	Formation : Développer l'offre de formation en lien avec l'écotourisme, la qualité et l'innovation (responsabilité sociale et environnementale, qualité des contenus et expériences de visite axée sur les patrimoines, relation client, utilisation des NTIC…)
	Valorisation des métiers	Emploi / Métiers : Créer une communauté du tourisme à Mayotte (grand évènement pro, carte avantages pro…)
Observation / Evaluation (1 action)	**Outils de pilotage**	Créer un observatoire du tourisme (Système d'information touristique, méthode de collecte des données existantes, externalisation d'enquêtes, tableau de bord, analyse et communication, évaluation …)
Marketing (1 action)	**Image et expériences**	Mettre en œuvre la marque touristique, le plan de communication, et les outils numériques

III. PLANS D'ACTIONS

III. PLANS D'ACTIONS

A/ OFFRES ET AMENAGEMENTS

Le cadre stratégique

Axes stratégiques

Offres et services

- En premier lieu, développer l'**hébergement hôtelier** de bon niveau, sur un positionnement écotouristique
- Développer et rendre lisible les offres d'**activités touristiques vitrines** de la destination, les « must »
- S'appuyer sur les **loisirs de sport nature** pour créer du lien entre les territoire (sentiers de randonnée)
- Valoriser la **culture, les traditions et l'art mahorais**
- Affirmer l'**authenticité du territoire** dans des offres et services

Aménagements / Equipements / Environnement

- **Rendre accessibles** les principaux sites touristiques et de loisirs
- **Aménager, équiper, rendre propre, et sécuriser** les principaux espaces touristiques (sentiers et plages notamment)
- **Accueillir** les touristes **dans des conditions correctes**, en adéquation avec un positionnement écotouristique
- Faire de la **mobilité maritime et cycliste** une expérience touristique

Le cadre stratégique

→ Enjeu de créer les marqueurs de la destination

HEBERGEMENTS ECO TOURISTIQUES		PLONGEE	
SENTIERS		CULTURE	
ARTISANAT		NATURE	
NAUTISME		PLAGES	

Le cadre stratégique

Un plan d'actions qui cible les différentes clientèles cibles

Types de clientèles touristiques/ loisirs	Motivations, pratiques et besoin	Espaces de pratique	Manques identifiés à Mayotte
Résidents	• Détente en famille • Barbecues • Randonnée • Sports nature • Plaisance • Loisirs enfants / familles • Fêtes / Evènements / Mariages	• Forêt • Plages • Littoral • Villes	• Plages aménagées • Sentiers de randonnée • Lieux évènementiels
Touristes d'agrément	• Découverte du lagon • Plongée • Découverte de la nature • Balnéaire • Activités nautiques • Découverte de la culture, de la gastronomie • Expérience écotouristique	• Lagon • Littoral • Forêt/ Montagne	• Hébergements écotouristiques • Plages aménagées • Offres d'activités structurées • Sentiers de randonnée aménagés, équipés et sécurisés • Lieux / espaces de convivialité identifiés
Touristes affinitaires	• Cf. résidents et touristes d'agrément	• Cf. résidents et touristes d'agrément	• Cf. résidents et touristes d'agrément
Touristes d'affaires	• Hébergement de qualité • Restauration de qualité • Détente / découverte rapide et sécurisée	• Littoral / Villes • Lagon	• Hébergement urbain de qualité • Offres de découverte adaptées, sur un temps court • Lieux / espaces de convivialité
Croisiéristes	• Découverte du lagon • Découverte culturelle • Baignade • Restauration, achats	• Lagon • Nature	• Equipements de visite identitaires • Qualité et propreté des sites visités

Le plan d'actions « Offres et aménagements »

11 actions à effet de levier, à réaliser à horizon 5 ans

Hébergement	Piloter la création de **150 chambres d'hôtel à horizon 3-5 ans** (3-4 établissements écotouristiques de niveau 3* et plus), **500 chambres à horizon 10 ans**	**Sur les sites identifiés avec la DEAL et l'EPFAM, et en accompagnement des projets**
Activités vitrines	**Sport nature** : Aménager et équiper des sentiers terre-mer	**CHANTIERS PRIORITAIRES**
	Plages : Développer un plan plages pour développer le tourisme balnéaire	
	Lagon : Accompagner la structuration de pôles intercommunaux d'accueil d'activités liées au lagon	**ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT**
	Nature / Parfum : Redévelopper le jardin botanique de Coconi	
	Culture : Construire un plan de valorisation de certains patrimoines matériels et immatériels mahorais	
	Culture / Art / Traditions mahoraires : Soutenir le développement de lieux d'animation communaux	
	Convivialité : Développer la dimension touristique du front de mer de Mamoudzou	
	Croisière : Améliorer les conditions d'accueil et de visite des croisiéristes	
Expérience de visite	Garantir la **propreté** des principaux sites touristiques	
	Garantir l'**accessibilité** des hébergements et principaux sites touristiques	

1. Piloter la création de 150 chambres à horizon 3-5 ans, 500 chambres à horizon 10 ans

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- Le nombre de chambres d'hôtel est limité. Les hôtels sont régulièrement pleins.
- La faible concurrence nuit à la qualité de l'offre, les hôteliers n'étant pas encouragés à investir au regard de leurs taux d'occupation élevés.
- La destination ne dispose pas suffisamment d'hébergements répondant aux critères d'attractivité internationaux.
- L'offre d'hébergement étant au cœur de l'expérience touristique, ces facteurs nuisent à l'attractivité de la destination.

Objectifs

- Développer l'offre d'hébergement est l'enjeu central du Schéma
- Des hébergements sont nécessaires, même sans augmentation des flux touristiques
- Développer à court-terme 3 à 4 établissements, et jusque 10 établissements à 10 ans, sur la base de l'objectif du Schéma de doubler les arrivées touristiques à 10 ans
- Développer une offre qui assoie le positionnement de la destination, en termes de niveau de gamme et d'esprit
- Participer à la qualité du dossier de Mayotte pour les prochains grands évènements sportifs (Mozambique en 2022, Jeux des Jeunes en 2024, Jeux des îles en 2027)

Actions à mener

- **Accompagner les initiatives privées à travers les dispositifs d'accompagnement du Département**
- **Être partenaire de l'EPFAM dans la valorisation des 6 polarités touristiques qui seront identifiées**
  - Réaliser les aménagements complémentaires nécessaires (réseau routier, pontons, signalétique, assainissement…), à travers l'ensemble des directions du département (tourisme, aménagement, mobilité, …)
- **Travailler avec la DEAL et l'EPFAM pour identifier des sites complémentaires pouvant accueillir des hébergements touristiques**
- **Attirer des opérateurs s'inscrivant dans le positionnement de la destination**
  - Approcher des opérateurs privés susceptibles d'investir à Mayotte, présents notamment localement et dans la grande région (Madagascar, La Réunion, Afrique de l'Est)
  - Présenter les opportunités d'investissement (les sites, notamment ceux de l'EPFAM
  - Sélectionner les opérateurs selon l'ambition du schéma (écoresponsables, moyen à haut-de-gamme…)
  - Accompagner les opérateurs dans leurs démarches

1. Piloter la création de 150 chambres à horizon 3-5 ans, 500 chambres à horizon 10 ans

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- 2020-2023 : Etudes et réalisation des aménagements (estimatif)
- 2020-22 : Recherche d'opérateurs
- 2023-2030 : Ouverture des établissements cibles

Budget

- Prix de construction / chambre : entre 100 000 et 110 000€ (subvention sur une partie de ce prix). Une subvention du Département d'environ 5M€ pour 150 chambres à horizon 5 ans, et de 12M€ supplémentaires pour 500 chambres au total à horizon 10 ans (cf. tableau de chiffrage final)
- Budget d'étude Département – DEAL : environ 35-75k€ par site, selon la taille du site
- Budgets d'aménagement à déterminer selon les sites identifiés
- Recherche d'opérateurs intégrée dans le budget de fonctionnement du CDTM

MOA

- Financement à travers des dispositifs d'accompagnement : Département (pilote)
- Aménagement de sites accueillant de l'activité touristique : EPFAM (pilote sur ses secteurs d'intervention) et Département (DDEI, DAUPT) (partenaire de l'EPFAM, et pilote sur d'autres sites)
- Recherche d'opérateurs : CDTM (pilote)
- Autres partenaires impliqués : DEAL, EPCI, communes concernées, CCIM, GEMTOUR, ADIM
- Avis d'autres directions du Département : direction de l'environnement (sur la localisation des sites), direction Jeunesse et Sports du Département (en lien avec les prochains évènements sportifs potentiels)

Financement

- Département pour les dispositifs d'accompagnement qu'il met en œuvre
- EPFAM, Département, EPCI, communes concernées sur l'aménagement des sites retenus comme prioritaires par l'EPFAM et le Département
- Département et EPCI sur les aménagements de réseaux et de voirie complémentaires
- Cofinancement : Fonds européens (FEDER, FEADER)

Evaluation et suivi

- Nombre d'établissements et de chambres créés

Lien avec les autres actions

- Pôles d'accueil des activités liées au lagon

2. Sport nature : Aménager et équiper des sentiers terre-mer

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte

- Mayotte compte 146 km de sentier de randonnée dont 24 km de sentiers thématiques (Vanille, Ylang, Mangrove, Padzas) et 12 points-étapes. L'itinéraire qui fait le tour de l'île n'est plus homologué en GR par la FFRP depuis 1999, faute d'hébergements et d'entretien suffisants.
- La pratique de la randonnée est de plus en plus populaire à Mayotte, qu'elle soit pédestre ou cyclo
- Mais la randonnée ne constitue pas un produit touristique structuré à Mayotte.
- Il est conseillé de la pratiquer avec des guides, sur certains sentiers.
- Pourtant Mayotte dispose d'un potentiel important sur la randonnée, pouvant valoriser ses montagnes, ses terres et son littoral.
- L'ONF a réalisé une étude en 2017 identifiant le potentiel et les actions à mener.
- Plusieurs intercommunalités travaillent déjà l'aménagement de sentiers, notamment la 3CO, le Sud et Petite-Terre
- Les travaux sur l'aménagement du sentier du Mont Choungui ont démarré en novembre 2019.
- Un Schéma des sports nature va être lancé par le Département.

Enjeux

→ Créer un produit touristique randonnée. Pour cela l'aménagement et la sécurisation des sentiers sont obligatoires, notamment pour ceux à fort potentiel touristique (comme l'ex-sentier Grande Randonnée qui couvre l'ensemble de l'île, la montée du Mont Choungui, le tour du lac Dziani), mais également pour des boucles intercommunales.

→ En complément de l'aménagement, structurer des produits touristiques intégrant de la restauration, de l'hébergement, des activités de découverte, …

Illustrations

Carte des projets de sentiers, 2017

Source ONF / Naturalistes de Mayotte / Département 976, 2017

2. Sport nature : Aménager et équiper des sentiers terre-mer

ACTIONS A MENER

Axes de contenu

- **OBJECTIFS : Mettre en œuvre les recommandations de l'étude réalisée en 2017 par l'ONF et les Naturalistes**
  - Développer des **sentiers terre – mer** qui valorisent les paysages de moyenne montagne, le littoral
  - Affirmer des **grands sentiers touristiques : ex-GR (dont lac Dziani), Mont Choungui, Sentier du littoral**
  - Viser d'obtenir à nouveau la **labellisation GR** à moyen-terme
  - Soutenir le développement de **boucles intercommunales**, entrepris par les intercommunalités (ex : route des Crêtes, lac Dziani, …)
  - Développer des **sentiers axés sport-santé**
  - Développer des **sentiers thématiques** (thématiques identifiées dans l'étude ONF). Ces sentiers thématiques seraient notamment intéressants pour les croisiéristes, s'ils sont adaptés en termes d'aménagement, de sécurité et d'offre de services.
  - Aménager des **sentiers adaptés aux VTT (ex : une descente VTT de Combani)**
  - In fine, avoir un **topoguide de la randonnée à Mayotte**

- **PRINCIPES**
  - Ne pas attendre le processus de labellisation GR pour réaménager les sentiers
  - Aménager les sentiers qui sont sur l'ancien itinéraire du GR selon les critères du label GR
  - Mettre en cohérence les aménagements développés par les différentes intercommunalités (en particulier, utiliser le même code couleurs)
  - Aménager et équiper selon les possibilités d'étapes et services, en cohérence avec les boucles intercommunales et le sentier du Littoral, et dans une logique de renforcement de pôles d'activités nautiques et sport nature
    - Tenir compte des travaux de l'EPFAM (étude sur les 6 sites, étude sur Hagnoundrou) et d'autres partenaires (Projets de la direction Jeunesse et Sports du CD, CROSS, …) pour construire des complémentarités
    - Travailler à la structuration de lieux d'hébergement d'étape, adaptés à l'itinérance
  - Travailler en synergie avec les projets d'aménagement routier du territoire, et notamment le plan vélo
  - Tenir compte des conflits d'usage entre la randonnée pédestre et la randonnée cyclo (envisager des sentiers exclusivement cyclo)
  - Intégrer dans les parcours les sites d'escalade en site naturel, dont la pratique s'est structurée sur l'île depuis une quinzaine d'année

2. Sport nature : Aménager et équiper des sentiers terre-mer

ACTIONS A MENER

Descriptif de l'action

DEVELOPPEMENT DES SENTIERS

- Actualiser l'étude réalisée en 2017 pour tenir compte de l'évolution de l'état des sentiers et des aménagements réalisés depuis. Les estimations budgétaires sont à revoir à la hausse
- Contractualiser avec des prestataires pour l'aménagement des sentiers identifiés dans l'étude réalisée en 2017 par l'ONF et les Naturalistes
- Poursuivre l'aménagement du sentier du littoral porté par le Conservatoire du Littoral
- Coordonner le développement des aménagements à l'échelle départementale, par le CD

Actions à conduire en parallèle

- Lancer un AO pour réaliser une charte qui porte sur le GR (chemin de Grande Randonnée) et les PR (chemin de Petite Randonnée) : mobilier, signalétique, offre…
- Créer un livret touristique sur l'offre de sentiers. Viser in fine un topoguide de la randonnée à Mayotte
- Mettre en œuvre des compteurs pour suivre la fréquentation des sentiers et adapter l'entretien
- Développer des évènements chaque année : sur des activités sportives quotidiennes, sur des activités sport pour tous, et et sur du sport d'excellence

GOUVERNANCE

- Créer une instance de gouvernance partenariale dédiée à la randonnée, avec 1 ETP dédié au Département (qui suive notamment les conventionnements). Une instance qui regrouperait en priorité :
  - les différentes directions du Département concernées : Tourisme, Jeunesse & Sport, Forêt, Environnement
  - les EPCI
  - la DJSCS
- Nécessité de collaborer avec la CDESI, prochainement créée à l'initiative de la direction Jeunesse et Sport du Département (à horizon 2 ans)
- Possibilité de créer un office des sports intercommunal dans les EPCI impliqués dans le développement des randonnées
- Soutenir le développement du nombre d'adhérents à la Fédération nationale de Randonnée Pédestre, pour avoir un représentant local à Mayotte (besoin de 300 adhérents)

2. Sport nature : Aménager et équiper des sentiers terre-mer

INSPIRATIONS

Sentiers de la Réunion

La mégavalanche, sentier VTT

Sentier Roche Vert Bouteille

Exemple : La Soufrière, Guadeloupe

Sentiers autour de la Soufrière

2. Sport nature : Aménager et équiper des sentiers terre-mer

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Mise en place de l'instance de gouvernance partenariale : 2020
- Actualisation de l'étude ONF + Réalisation de la charte : 2021
- Aménagements de sentiers : à partir de 2019 (Choungui, boucles intercommunales, sentiers VTT, …)

Budget

- Aménagement de la totalité du tracé du GR estimée aujourd'hui entre 800k€ et 1,2M€
- Aménagement des PR et sentiers VTT : à déterminer
- Charte : 100-150k€

MOA

- Aménagement : Département en pilote sur le GR (DRTM service Forêt, Tourisme, DCSJS), EPCI et communes en pilotes sur les PR
- Entretien des sentiers : EPCI en pilote (besoin de coordination)
- Réalisation de la charte : Département (pilote), EPCI (partenaires)
- Sécurité de la pratique : Département et EPCI en pilotes (cf. action entreprise par la CC Sud)
- Communication : CDTM (pilote), Comité de randonnée (partenaire)
- Autres partenaires : Etat (DJSCS, DEAL), CDL, ONF, Office départemental du sport

Financement

- Financement des aménagements :
  - FEADER (mais fonds européens pas suffisants)
  - Fonds du Département sur le GR
  - Fons des EPCI sur les PR
  - 1 fiche est prévue dans le contrat de convergence
  - GAL (projet interGAL possible sur le financement de la Charte par exemple : 3 X 50 000€)
- Partenaire : CDL

Evaluation et suivi

- Nombre de km de sentiers aménagés
- Fréquentation des sentiers, par les habitants comme par les touristes

Lien avec les autres actions

- Pôles d'accueil des activités liées au lagon
- Plan plages
- Propreté des sites touristiques
- Accessibilité des sites touristiques

3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte

- Mayotte compte 191 plages, dont environ 100 appartiennent au Conservatoire du Littoral
- Au total, seulement une soixantaine de plages seraient aménageables
- Le développement du tourisme balnéaire à Mayotte est également freiné par le fait que :
  - De nombreuses plages sont inaccessibles, ou difficilement accessibles
  - La qualité de l'eau ne permet pas toujours certaines activités (baignade, activités nautiques…)
  - Une majorité des plages ne peut recevoir d'activités en dur
  - Les plages sont peu identifiées / visibles
  - Certaines plages sont encombrées par des déchets
  - Des problèmes d'insécurité sont fréquents sur certains sites
- Les Mahorais utilisent beaucoup les plages pour du loisir (barbecues, sports, …)
- Certaines plages sont des spots importants de biodiversité, ce qui pose des contraintes fortes en termes de fréquentation des plages.
- Plusieurs intercommunalités sont déjà engagées dans des études et/ou des travaux d'aménagement de plages (notamment le Sud et la 3CO)
- Le SAR, en cours d'élaboration, va valoir Schéma de mise en valeur de la mer
- Beaucoup de documentation existe sur les plages à Mayotte (un observatoire du littoral est en cours de réflexion)

Illustrations

Des plages de grande qualité pour un tourisme balnéaire

Des plages fréquentées par les habitants pour des loisirs

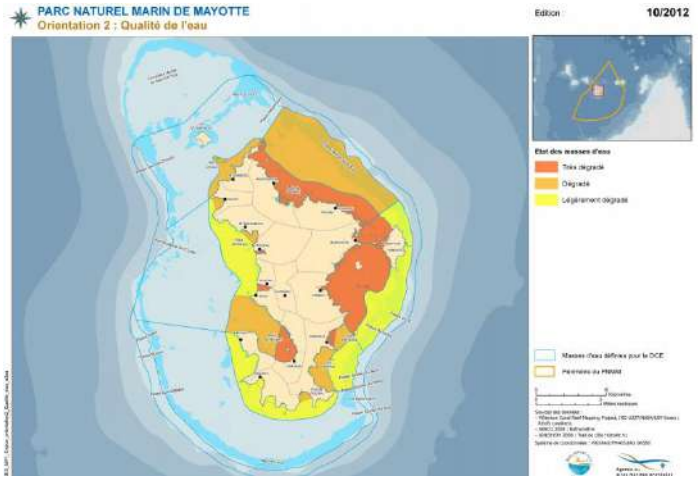
3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

CONTEXTE ET ENJEUX

Une problématique de qualité de l'eau

La qualité de l'eau du lagon est un enjeu important à considérer dans l'élaboration du plan plages.

Source : ARS



Source : Plan de gestion, Parc Naturel Marin

Une problématique de lisibilité de l'offre

Il n'existe pas aujourd'hui de carte officielle et claire de l'offre de plages. La carte ci-contre n'est plus publiée sur le site du CDTM.

3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

CONTEXTE ET ENJEUX

Enjeux

Enjeux généraux

→ Faire du tourisme balnéaire une thématique prioritaire de la destination

→ Rendre lisible l'offre de plages

→ Faciliter l'utilisation des plages par une clientèle familiale en toute sécurité

→ Faire de certaines plages des vrais lieux de vie

→ Conserver les noms originaux des plages

→ Être compatible avec l'ensemble des documents d'orientation existants et à venir, et avec les travaux des institutions partenaires concernées (Plan de Gestion du Parc Naturel Marin, SRBM, Conseil du rivage de l'Océan Indien, SAR…)

Aménagement et équipement

→ Être exemplaire en termes de propreté et d'impact environnemental (viser un label si pertinent)

→ Définir des principes d'aménagement selon le type de plages, à détailler plage par plage

→ Laisser vierges les plages nature

→ Aménager et équiper certaines plages fréquentées par les habitants pour leurs pratiques de loisirs

Offre et services

→ Identifier et aménager les plages à équiper en services de base : toilettes, parking

→ Développer l'offre d'activités loisirs et sportives sur les plages lorsque c'est pertinent

→ Développer l'offre de restauration et de bars sur les plages pouvant être aménagées

Entretien, sécurité, animation

→ Assurer le nettoyage et l'entretien des plages retenues dans le plan

→ Organiser un accueil de qualité et assurer l'entretien, la sécurité et l'animation des plages en utilisant le moyen de la concession au privé

3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

ACTIONS A MENER

Axes de contenu

-

Définir une typologie de plages et en spécialiser certaines

Elaborer un plan plages qui vise à définir plusieurs types de plage : des plages très nature sur des sites d'exception, et des plages à dominante loisirs de proximité situées davantage à proximité de zones urbaines. Il s'agit de spécifier davantage les différentes plages du territoire.

Chaque plage est singulière et répond à une clientèle différente selon :

- Le niveau de fréquentation
- Les types de publics : touristes / excursionnistes / locaux, familles / amis, jeunes / adultes, …
- Le niveau d'équipements et d'animations apportés par usager
- La localisation, les moyens d'accès et de transport utilisés
- L'appréciation générale de la qualité de la plage

2 typologies de plage sont possibles à Mayotte :

	Enjeux
Plages tourisme nature, à l'intensité faible	Des plages très préservées, peu ou pas équipées, offrant des expériences exclusives.
Plages loisirs, à l'intensité plus élevée	Des plages équipées et animées pour la pratique d'activités sportives, de loisirs et de bien-être pour tous les publics, en journée comme en soirée Des plages pour certaines connectées au tissu urbain

La typologie sera à travailler dans le cadre d'un groupe de travail partenarial. Davantage de catégories pourraient être définies, ou alors des sous-catégories (ex : des plages adaptées aux pratiques scolaires)

N-B : Cette typologie a pour vocation de donner un cadre, mais n'a pas pour but de dissocier les publics selon les plages qui doivent être des lieux de mixité entre les publics.

Les plages loisirs auront une attractivité touristique du fait de leur animation, et les plages tourisme nature gagneront en visibilité pour tous les publics.

3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

ACTIONS A MENER

Axes de contenu

-

Définir les besoins par type de plage

	Plages tourisme nature	Plages loisirs
AMENAGEMENTS & EQUIPEMENTS	• Aménagement des accès routiers et piétons (dont PMR), de pontons pour l'accès bateau, et signalétique • Aménagement de parkings ombragés en retrait • Mise en place de cheminements en bois (caillebotis…) • Equipements de propreté • Le balisage et signalisation avec rappels pédagogiques sur l'environnement et sur la sécurité • Aménagement d'espaces bien intégrés pouvant accueillir de l'activité commerciale	• Aménagement de points d'eau avec toilettes et de mobilier urbain innovant / connecté • Aménagement d'espaces de pique-nique permettant le barbecue collectif • Aménagement de terrains propices aux sports et jeux de plage
	Ce plan plage pourra également comprendre un cahier des charges imposant aux offres privées (bars, restaurants…) des conditions de réalisation, une qualité de caillebotis et de mobilier ainsi qu'une cohérence de couleurs…	
ANIMATION / GESTION	• Définir les conditions d'entretien et de gestion avec les EPCI • Passer des concessions avec les opérateurs privés, lorsqu'il y en a, pour assurer la propreté des aménagements et équipements, la sécurité des lieux	• Mise en œuvre d'une surveillance. • Elaboration d'un programme d'animations sportives et de loisirs régulières tout au long de l'année (spectacles, …) en collaboration avec le tissu associatif
MARKETING	• Elaborer une carte des plages, détaillant leur accès, leurs équipements, les activités disponibles, … disponible sur des outils papiers et digitaux	

3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

ACTIONS A MENER

Descriptif des actions

Les actions à mener sont les suivantes :

1. **Elaboration du plan plages et sélection des plages prioritaires à aménager**
2. **Réalisation d'études pré-opérationnelles sur les plages prioritaires**
3. **Réalisation des aménagements**

Il est également possible d'améliorer les aménagements des plages existantes les plus fréquentées le nécessitant, sans attendre l'élaboration du plan plages : Sakouli, Bouéni, Kani Keli.

En ateliers, plusieurs sites ont été évoqués comme présentant un fort potentiel de valorisation touristique :

- Plage des 3 baobabs, jusqu'au Jardin Maoré
- Bambo Ouest
- Mangrove de Tsingoni

3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

INSPIRATIONS

Des plages paysagées et propres

Touristiquement plus attractives

Des aménagements pour la restauration, la baignade et l'hébergement à revisiter

3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

INSPIRATIONS

Exemple de restaurant ayant une concession sur la plage

Exemple de structure de beach-volley sur une plage

Exemple de bar lounge adapté à de l'évènementiel

Exemple d'activités nautiques à Cagnes-sur-mer

Exemple de structure de jeux pour enfants

Parasols connectés sur la plage de Saint-Nazaire

3. Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- 2020-2021 : Création de l'instance d'élaboration du plan plage et élaboration du document
- 2021-2022 : Etudes pré-opérationnelles sur les premières plages identifiées
- 2023-2024 : Réalisation des aménagements

(Att : coordination nécessaire avec les réflexions engagées par l'EPFAM)

Budget

- A déterminer selon les études pré-opérationnelles
- Estimation du coût d'une étude pré-opérationnelle pour une dizaine de plages (intégrant étude d'opportunité, pré-programmation, aide à la consultation de la maîtrise d'œuvre, programmation technique) : 150 000 – 200 000 € HT

MOA

- Département et EPCI en pilotes sur l'aménagement et les équipements
- EPFAM en pilote sur les plages intégrées dans leurs secteurs d'intervention
- Partenaires :
  - DEAL et DMSOI
  - Concessionnaires privés sur les activités économiques
  - CDTM sur le volet marketing
  - OTI sur l'animation, en partenariat avec le tissu associatif

Financement

- Collectivités territoriales et Etat pour la partie publique + fonds européens
- Entreprises privées pour la partie concédée

Evaluation et suivi

- Réalisation des aménagements
- Fréquentation des plages
- Interview de touristes concernant la qualité de leur expérience balnéaire

Lien avec les autres actions

- Pôles d'accueil des activités liées au lagon
- Sentiers sport nature

4. Accompagner la structuration de pôles intercommunaux d'accueil d'activités liées au lagon

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- Le lagon constitue le produit d'appel touristique de la destination Mayotte. C'est son principal atout différenciant.
- Alors que le lagon bénéfice des labels internationaux les plus importants, les ports dédiés aux départs des prestations nautiques (Mamoudzou, Dzaoudzi) ne donnent pas les garanties qualitatives attendues pour un tel site.
- Aussi, peu de pôles d'activités tourisme et loisirs, dotés d'une taille critique suffisante et bien structurés, existent à Mayotte
- De nombreux projets permettant de structurer des activités existent : aménagement de 7 pontons, projet de développer 7 bases nautiques (vice-rectorat), projet de création d'une polarité touristique et loisirs à Hagnoundrou (EPFAM et CC Sud), projets de piscines lagunaires, …

Objectifs

- Accompagner le développement de la plongée sur le territoire, en visant la possibilité d'accueillir des groupes de touristes (si l'offre d'hébergement le permet également)
- Mieux structurer les pôles de départ des sorties en bateau
- Développer les activités sportives, nautiques, naturalistes, dans le respect des contraintes réglementaires et environnementales
- Associer aux activités de découverte du lagon des activités commerciales lorsque c'est pertinent (restauration, bar, …)
- Développer ces pôles d'accueil des activités liées au lagon sur les principaux secteurs du territoire accueillant des touristes : Mamoudzou, Petite Terre et le Sud.

Actions à mener

- Accompagner et coordonner les projets existants pour veiller à une cohérence programmatique et à un bon maillage du territoire selon les bassins touristiques et les bassins de population
- Soutenir, en financement et en aménagement, le développement de ces pôles :
  - Sites identifiés en atelier ou en entretien comme présentant un besoin de structuration, ou déjà en projet : Embarcadère des prestataires nautiques de Petite-Terre à Dzaoudzi, Port de Mamoudzou, Pôle tourisme et loisirs d'Hagnoundrou (en projet), Musicale Plage (en projet), Front de mer de Sada
- Aménagements nécessaires :
  - des parkings bien intégrés dans l'environnement
  - des « paillottes » de vente pour les prestataires mieux aménagées (accueil, vestiaires, douches…)
  - des offres de restaurations rapides/snacks, jus de fruits locaux, vente d'objets/souvenirs de la mer
  - des aménagements adaptés à la plongée et aux activités nautiques (notamment des cales d'accès et d'embarcation pour les kayaks)

4. Accompagner la structuration de pôles intercommunaux d'accueil d'activités liées au lagon

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Création d'un dispositif d'accompagnement dédié à ces types de projet : 2020
- Financement et réalisation des développements : à partir de 2020

Budget

- Accompagnement en financement du Département à déterminer (selon les sites)
- Estimation du coût d'une étude de faisabilité d'un pôle : entre 50 000 et 100 000€

MOA

- EPCI ou communes en pilotes selon les sites, avec le Département en appui sur le financement
- EPFAM et CC Sud en pilotes sur Hagnoundrou (déjà engagé)
- DRTM et DPTMT et DEAL/DMSOI en partenaires des opérations d'aménagement pour la construction des pontons
- Acteurs privés en partenaires à travers des concessions sur les activités et certains équipements

Financement

- Département
- Fonds européens
- Partenaires concernés (selon les sites)

Evaluation et suivi

- Amélioration des conditions d'accueil des clients plongée et sorties nautiques
- Structuration de pôles d'activités

Lien avec les autres actions

- Plan plages

5. Redévelopper le jardin botanique de Coconi

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- Le principal équipement de visite du territoire
- Un site de 2 ha présentant des espèces végétales endémiques de Mayotte
- Un équipement géré par le Département aujourd'hui
- Un site dont l'attractivité touristique est limitée en raison d'une faible qualité des aménagements et des offres (cf. diagnostic réalisé par le Département) (retours assez critiques des croisiéristes le visitant)
- Un site situé dans un secteur dont la vocation « environnement / rural / agriculture » se renforce : ouverture du Pôle d'Excellence Rurale à proximité du lycée agricole (Agripolis), direction de l'environnement du Département, DRTM, Scierie…
- Un projet partiel de 170 000€ pour améliorer le produit de visite, co-financé par l'AFB, validé en 2018

Objectifs

- Engager une procédure de partenariat public-privé (concession de service pour l'animation et l'entretien de tout ou partie du site…)
- Redévelopper le produit de visite « Jardin botanique de Coconi » pour qu'il incarne le positionnement de la destination autour des fleurs, du parfum et plus globalement de la nature
- En faire un produit de visite incontournable pour les touristes, les croisiéristes mais également les locaux
- Améliorer la fréquentation touristique, la qualité de l'expérience touristique et les performances d'exploitation de l'équipement

Actions à mener

- Mener à bien le projet co-financé par l'AFB (Agence Française pour la Biodiversité)
- Au delà de ce projet, mener une réflexion plus ambitieuse sur le redéveloppement du produit de visite : aménagements, offres, horaires, animations, …
- Axes de contenu :
  - en termes d'aménagement, un parcours de visite à redévelopper, avec une nouvelle scénographie (s'inspirer du jardin botanique de Deshaies en Guadeloupe)
  - un équipement qui doit valoriser l'île aux parfums, en intégrant une immersion olfactive pour les visiteurs
  - intégration d'un centre d'interprétation sur la biodiversité mahoraise, avec potentiellement une dimension faunistique également
  - un développement de l'offre de services (restauration, boutique, activités de bien-être, potentiellement de l'hébergement)

→ **Lancer une étude de faisabilité pour le redéveloppement du produit de visite**

→ **Suite à l'étude, réaliser les aménagements et confier l'exploitation à un opérateur privé à travers une concession ou une DSP**

5. Redévelopper le jardin botanique de Coconi

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Durée prévisionnelle d'exécution du projet soutenu par l'AFB : 23 mois
- En parallèle, réalisation d'une étude de faisabilité pour un projet plus structurant : 2021
- Réalisation des travaux : 2022-2023

Budget

- Budget d'environ 180 000 € pour le réaménagement du jardin par de nouvelles infrastructures, l'implantation d'une signalétique informative, la création d'une pépinière d'espèces remarquables, la plantation de collections conservatoires et la sensibilisation de tous les publics (dont 56k€ de charges de personnel, 25k d'études, 23k de supports de communication)
- Un budget complémentaire (montant à déterminer selon l'étude de faisabilité) est à prévoir pour un projet plus ambitieux tel que décrit dans la présente fiche
- Estimation du coût de l'étude de faisabilité : environ 50 000€ HT

MOA

- Pilote : Département
- Partenaires :
  - CDTM sur la promotion et la commercialisation
  - Acteurs du Pôle d'Excellence Rurale pour le développement d'actions
  - OTI pour de l'animation

Financement

- Sur le budget de 180 000 € : subvention de 70 000 € de l'AFB (confirmée en octobre 2018), fonds propres du CD de 50 000€, et environ 60 000€ de temps de personnel valorisé
- Un financement plus important est à prévoir pour le Département, qui pourra être soutenu par l'Europe, l'Etat, et éventuellement des sponsors et partenaires privés (liés au parfum)

Evaluation et suivi

- Réalisation du redéveloppement du site
- Fréquentation du site
- Panier moyen des visiteurs
- Satisfaction des visiteurs

Lien avec les autres actions

- Amélioration des conditions d'accueil et de visite des croisiéristes
- Propreté des principaux sites touristiques

6. Construire un plan de valorisation de certains patrimoines matériels et immatériels mahorais

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- La culture est un des atouts différenciants de Mayotte dans la zone Océan Indien
- Sa valorisation touristique est nécessaire à l'enrichissement de l'expérience touristique à Mayotte, qui ne peut être tournée uniquement vers la nature
- Le positionnement du territoire autour de l'écotourisme sera plus fort s'il intègre une dimension culturelle.

Objectifs

- Faire découvrir et valoriser la culture mahoraise
- Créer des expériences touristiques authentiques
- Mettre en tourisme et commercialiser certaines activités culturelles afin de développer les retombées économiques pour la population
- Développer un tourisme inclusif, qui fasse participer la population locale

Actions à mener

- Identifier les éléments de la culture et du patrimoine mahorais qui peuvent faire l'objet d'une mise en tourisme
- Développer des offres et aménagements permettant de structurer des expériences touristiques permettant de découvrir la culture mahoraise

→ Réaliser une étude d'identification des éléments culturels, patrimoniaux, communautaires pouvant présenter une vocation touristique

→ L'étude doit inclure une forte dimension de concertation, à l'échelle de chaque territoire / commune.

6. Construire un plan de valorisation de certains patrimoines matériels et immatériels mahorais

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Réalisation de l'étude : 2020-2021
- Opérations de valorisation touristique : à partir de 2021

Budget

- Possibilité de la réaliser en interne au Département, par la Direction de la culture
- Ou étude à financer (budget d'environ 50k€)

MOA

- Pilote : Direction Culture et Patrimoine du Département
- Partenaires : MUMA, Office culturel départemental, Intercommunalités, DAC, autres directions du Département, Conseil Cadial, CRESS, associations culturelles locales

Financement

- Département
- Europe
- Partenaires

Evaluation et suivi

- Création d'offres touristiques culturelles

Lien avec les autres actions

- Lieux d'animation communaux

7. Soutenir le développement de lieux d'animation communaux

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- De nombreux évènements sont organisés à Mayotte (grands mariages, évènements associatifs, évènements festifs…), mais il n'existe peu ou pas de lieux dédiés et équipés pour les accueillir
- Aujourd'hui, les évènements sont organisés par les particuliers, qui font peu appel à des services professionnels
- Les évènements sont généralement organisés à l'échelle communale

Objectifs

- Développer des activités économiques et des emplois : services évènementiels, traiteurs, autres services réceptifs

Actions à mener

- Axes de programme de ces lieux
  - Lieux de convivialité
  - Lieux de pratiques associatives
  - Espaces évènementiels, intérieurs et extérieurs
  - Espaces de restauration
  - Découverte et vente de produits locaux
  - Lieux d'exposition d'artisanat
  - Autres (selon le projet du porteur de projet)
- Mise en œuvre
  - **Lancer un appel à projets destiné aux acteurs privés ou aux associations (appel à projets lancé par les EPCI ou les communes)**
  - Montage et financement du projet par les candidats
  - Financement du Département sur le volet « valorisation touristique » du projet

7. Soutenir le développement de lieux d'animation communaux

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Lancement de l'appel à projets en 2021

Budget

- Budget d'accompagnement au financement à déterminer

MOA

- Pilote de l'appel à projet : EPCI ou communes
- Porteurs de projets : Acteurs privés (entreprises ou associations)
- Partenaires : Communes et EPCI, Département, GAL

Financement

- Fonds des porteurs de projet
- Accompagnement : Département / EPCI / Communes
- GAL
- Fonds européens

Evaluation et suivi

- Aménagement de lieux
- Développement de services évènementiels
- Ouverture touristique des lieux

Lien avec les autres actions

- Valorisation de certains patrimoines matériels et immatériels mahorais

8. Développer la dimension touristique du front de mer de Mamoudzou

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- Le front de mer de Mamoudzou constitue une des entrées sur la destination. Cet espace nécessite d'être mis en valeur pour inviter davantage à la déambulation, pour affirmer sa vocation d'accueil, et de vitrine de la Destination, et pour devenir un espace non seulement plus fonctionnel mais aussi plus convivial.
- Plusieurs projets en cours, avec des maîtrises d'ouvrage différentes sur des espaces qui doivent pourtant dialoguer entre eux :
  - Commune de Mamoudzou : projet de créer un espace de déambulation avec le projet caribus
  - DSP sur le port de plaisance (en cours par le Département) : aménagement du front de mer avec une vingtaine de restaurants et commerces.

Objectifs

- Faire du front de mer de Mamoudzou un lieu de vie et d'animation, pour les Mahorais et les touristes, en journée et en soirée
  - Améliorer les infrastructures sur les activités nautiques
  - Développer une belle promenade
  - Sélectionner des activités de restauration et de commerces qui valorisent le territoire (circuits courts, produits locaux, artisanat, …)
  - Intégrer des lieux de dépose bagage
- Développer des activités économiques et des emplois

→ Soutenir la réalisation du projet d'aménagement et de développement du front de mer

Actions à mener

→ **Boucler la DSP du port de plaisance**

→ **Définir le projet de développement du marché couvert**

→ **Valoriser la place de la République et les espaces attenants**

8. Développer la dimension touristique du front de mer de Mamoudzou

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Attribution de la DSP : 2020
- Réalisation des aménagements et installation des activités : 2020-2023, avec des premiers aménagements dès 2020

Budget

- Opération d'aménagement estimée entre 8 et 11 M€ (hors projet de centre d'interprétation)

MOA

- Co-pilotage :
  - Département, à travers différentes directions (DPTMT, DAUPT, DDEI…)
  - Commune de Mamoudzou et CADEMA
- Partenaires :
  - Concessionnaire du port de plaisance et du ponton des croisiéristes
  - Etat (DEAL/DMSOI…)

Financement

- Département, commune de Mamoudzou
- Contrat de convergence (fiche 73)
- Fonds européens

Evaluation et suivi

- Réalisation des aménagements
- Installation d'activités privées
- Qualité de l'expérience

Lien avec les autres actions

- Pôles d'accueil d'activités liées au lagon

9. Améliorer les conditions d'accueil et de visite des croisiéristes

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- La croisière représente un facteur de développement de la fréquentation touristique de Mayotte, notamment auprès d'une clientèle affinitaire internationale
- Elle est également une filière prioritaire dans le plan de mandature 2015-2021 du Conseil Départemental
- Mais aujourd'hui, la qualité de l'accueil des croisières est déficiente *:*
    - Le quai est peu attractif
    - L'offre de sites de visite est très limitée, et les sites ne répondent pas suffisamment aux attentes des touristes
    - Le parcours des croisiéristes à terre est marqué par des problématiques de propreté, de sécurité, de mobilité…

Objectifs

- Donner aux croisiéristes le meilleur à voir de Mayotte
- Développer l'offre de visite et d'activités à destination des croisiéristes

Actions à mener

- Partager les recommandations du « club croisière » avec l'ensemble des acteurs impliqués dans les actions à mettre en œuvre
- Mettre en œuvre les recommandations en termes de :
    - Aménagement
    - Accueil
    - Formation
    - Artisanat
    - Transport
    - Sureté

9. Améliorer les conditions d'accueil et de visite des croisiéristes

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Actions d'amélioration à mettre en œuvre à partir de 2020
- Amélioration de l'offre de visite selon le planning des autres actions

Budget

- Aménagement du quai : à déterminer
- Amélioration de l'offre de visite : intégré à d'autres budgets
- Accueil : à intégrer dans le budget de fonctionnement CDTM/OTI

MOA

- Aménagement et gestion du quai: Département et concessionnaire en pilote
- Partenaires sur l'accueil des croisiéristes : CDTM / OTI, concessionnaires du marché couvert et du port de plaisance, club croisière
- Partenaires sur des actions en lien : Chambre de métiers et d'artisanat

Financement

- Département
- Partenaires concernés

Evaluation et suivi

- Qualité de l'expérience des croisiéristes
- Dépenses des croisiéristes sur le territoire
- Evolution du nombre de croisiéristes s'arrêtant à Mayotte

Lien avec les autres actions

- Front de mer de Mamoudzou
- Jardin botanique de Coconi
- Pôles d'accueil d'activités liées au lagon
- Plan plages
- Sentiers de randonnée
- Lieux d'animation communaux
- Propreté des sites touristiques

10. Assurer la propreté des sites touristiques

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- Mayotte souffre d'un problème de propreté, qui nuit à l'attractivité de la destination, notamment auprès des primo visiteurs
- Certaines pollutions sont dangereuses pour l'environnement, et incompatibles avec un positionnement écotouristique
- La saleté et la pollution ne sont pas compatibles avec un positionnement écotouristique

Objectifs

- Faire que Mayotte ait une image de destination propre, et respectueuse de l'environnement
- Mener une politique volontariste et incitative
- Assurer la propreté des principaux sites touristiques de l'île :
  - lieux d'arrivée et de transit des touristes (embarcadères, front de mer de Mamoudzou, prochains pontons…)
  - plages identifiées
  - espaces publics autour des sites de visite
  - centre-bourgs
  - lieux d'activités
  - …

Actions à mener

- Instaurer des passages plus fréquents des services de propreté sur les principaux sites touristiques, ainsi que sur les principaux axes de circulation empruntés par les touristes
- Intégrer l'entretien du site dans les contrats avec les opérateurs ayant des concessions sur les sites
- Inciter les EPCI à mettre en œuvre une police de l'environnement, à l'image de ce qu'a fait la CC Sud
- Sensibiliser les usagers des sites identifiés
- Autre possibilité : Mettre en œuvre un service digital permettant aux usagers des sites de faire remonter l'information lorsqu'il y a un problème de propreté ou une pollution

10. Assurer la propreté des sites touristiques

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Dès 2020

Budget

- Budget de fonctionnement des services de propreté concernés

MOA

- Pilotes : EPCI et communes
- Partenaires :
  - Gestionnaires des sites de visite
  - Acteurs privés, à travers des clauses dans leurs contrats de concession

Financement

- EPCI et communes
- Gestionnaires des sites de visite

Evaluation et suivi

- Propreté des sites
- Avis des touristes

Lien avec les autres actions

- Plan plages
- Sentiers de randonnée
- Accueil des croisières
- Front de mer de Mamoudzou
- Jardin botanique de Coconi

11. Garantir la bonne accessibilité des hébergements et principaux sites touristiques

ENJEUX ET ACTIONS

Contexte

- De nombreux secteurs et sites touristiques sont aujourd'hui difficilement accessibles
- Cela a un impact sur la perception de l'offre touristique globale de Mayotte, qui semble de fait limitée, et sur la fréquentation des sites concernés
- Un projet d'embarcadère est en cours dans le Sud pour relier directement le Sud et Petite-Terre

Objectifs

- Permettre un accès facile et confortable à tous les principaux sites touristiques de l'île
- Faire de la mobilité maritime une expérience touristique de la destination Mayotte
- Pouvoir accéder au secteur touristique du Sud directement depuis Petite-Terre sans transiter par Mamoudzou

Actions à mener

- Développer l'accessibilité routière et le stationnement des sites
- Développer l'accessibilité maritime à travers l'aménagement de pontons et le développement de services nautiques
- Développer une signalétique touristique claire et lisible (cf. plan marketing)
- Sites prioritaires :
  - Sites de départs de randonnée
  - Plages retenues dans le plan plage
  - Sites visités par les croisiéristes (jardin Coconi, …)
  - Golf
  - Hébergements

11. Garantir la bonne accessibilité des hébergements et principaux sites touristiques

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Aménagement des accès des sites : à partir de 2020
- Développement de services de mobilité maritime : à partir de 2021

Budget

- Budgets d'aménagement du Département et des EPCI

MOA

- EPCI sur la voirie
- Département et Etat sur l'aménagement des routes départementales et la signalétique

Financement

- EPCI
- Département
- Etat et Europe

Evaluation et suivi

- Nombre de sites accessibles et qualité de l'accès
- Développement de la mobilité maritime

Lien avec les autres actions

- Jardin botanique de Coconi
- Plan plages
- Accueil des croisières
- Sentiers de randonnée
- Création d'hébergements touristiques

Planning de mise en œuvre du plan d'actions « Offres et aménagements »

	OFFRES ET AMENAGEMENTS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Hbgt	Piloter la création de **150 chambres d'hôtel à horizon 3-5 ans** (3 à 5 établissements écotouristiques de niveau 3* et plus), **500 chambres à horizon 10 ans**											
Activités vitrines	**Sport nature** : Aménager et équiper des sentiers terre-mer	*Boucles interco + Mont Choungui*	*Boucles intero + Charte départementale*	*Boucles interco + sentiers thématiques +*	*Boucles interco + sentiers thématiques +*	*Boucles interco + sentiers thématiques +*						
	Plages : Développer un plan plages pour développer le tourisme balnéaire	*Plan plages*	*Etudes pré-opérationnelles*	*Etudes pré-opérationnelles*	*Aménagements*	*Premières livraisons*						
	Lagon : Accompagner la structuration de pôles intercommunaux d'accueil d'activités liées au lagon	*Dispositif financier + 1ères réalisations*										
	Nature / Parfum : Redévelopper le jardin botanique de Coconi											
	Culture : Construire un plan de valorisation de certains patrimoines matériels et immatériels mahorais	*Etude*	*Etude*	*Premières opérations de mise en tourisme*								
	Culture / Art / Traditions mahoraires : Soutenir le développement de lieux d'animation communaux		*Lancement de l'appel à projet*									
	Convivialité : Développer la dimension touristique du front de mer de Mamoudzou		*Aménagements et premières livraisons*	*Aménagements*	*Livraison aménagements et activités*							
	Croisière : Améliorer les conditions d'accueil et de visite des croisiéristes			*Aménagements*								
Expérience de visite	Garantir la **propreté** des principaux sites touristiques											
	Garantir l'accessibilité des hébergements et principaux sites touristiques											

Légende

- Montage, études et procédures
- Travaux et développement
- Livraison

III. PLANS D'ACTIONS

B/ ORGANISATION TOURISTIQUE

Le cadre stratégique

Le besoin de structurer l'organisation touristique pour œuvrer au développement touristique de Mayotte

Une organisation fonctionnelle à mettre en place entre acteurs publics et privés

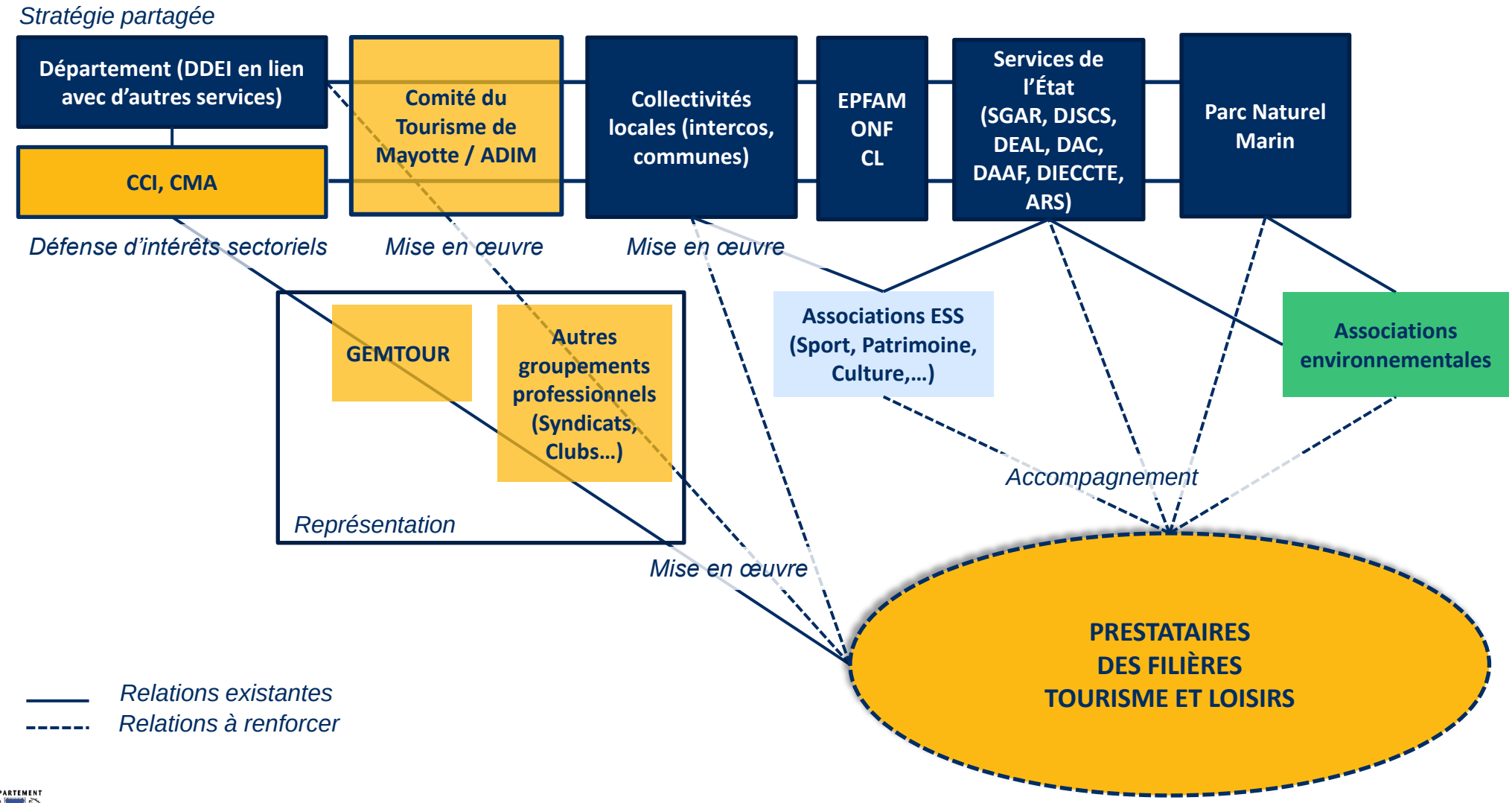
- Jusqu'à la définition de la gouvernance touristique de Mayotte prévue dans le présent Schéma, la politique de développement touristique était conduite par le **Département**; le **CDTM**, en qualité de cheville ouvrière du CD, assurait la promotion et la mise en œuvre de la politique définie.
- D'autres acteurs agissaient ponctuellement ou par subventionnement sur des opérations, l'accompagnement ou l'ingénierie dans le domaine touristique. C'est le cas des **chambres consulaires,** ou encore du **GEMTOUR** créé dans le but de filialisation de l'activité.
- Depuis la loi NOTRe, la compétence de développement touristique est partagée avec les **EPCI**. Ces derniers, ayant intégré leur rôle, ont commencé à déployer leurs actions au travers des offices de tourisme qu'elles ont créés. Les intercommunalités peuvent aussi intervenir sur des sites et projets touristiques d'intérêt communautaire de manière volontariste. Le tourisme reste toutefois une compétence partagée, et les communes souhaitant porter des projets touristiques d'intérêt local le peuvent toujours sauf si la compétence à été entièrement cédée.
- Par ailleurs, il est important d'associer aux réflexions et actions de développement touristique les acteurs de l'Environnement comme par exemple le **Parc Naturel Marin de Mayotte, le Conservatoire du Littoral,** et les **associations** dont une partie des activités consiste à valoriser les ressources environnementales auprès des publics, et d'accroître la durabilité et l'écoresponsabilité des pratiques.
- **Enfin, l'Établissement Public Foncier et d'Aménagement de Mayotte (EPFAM)** peut avoir un rôle de maîtrise d'ouvrage sur des opérations d'aménagement et de développement de produits touristiques.

Le présent Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs de Mayotte, co-construit avec l'ensemble des acteurs cités ci-dessus, est intégré au SRDEII (Schéma régional de développement économique d'innovation et d'internationalisation).

Les orientations stratégiques et les sites de projet, d'ores-et-déjà identifiés, ou qui vont l'être prochainement dans le cadre des travaux de l'EPFAM, du Département, de la DEAL et d'autres partenaires, ont vocation à être intégrés au SAR (Schéma d'Aménagement Régional), en cours d'élaboration.

Le cadre stratégique

Des rôles, des partenariats, et des dispositifs à définir entre les différents acteurs



Le cadre stratégique

Axes stratégiques

Département – Région : la stratégie et le financement	• **Définir la stratégie « Tourisme »** de Mayotte, en concertation avec l'ensemble des acteurs impliqués • Mettre en œuvre les dispositifs de **financement des projets** qui s'inscrivent dans la stratégie régionale • **Faire vivre le tourisme de manière transversale** au sein des différentes directions du Département
EPCI : les maîtres d'ouvrage du développement et de l'aménagement	• **Confier la mise en ouvre des actions SRDTLM aux EPCI,** dès lors qu'il s'agit d'opérations de développement et d'aménagement sur leur territoire, en les accompagnant sur le financement et l'ingénierie • **S'appuyer sur les OTI pour rapprocher les politiques publiques du tourisme des acteurs économiques et des habitants**
Un CDTM transformé pour faire de l'ingénierie	• **Faire évoluer le CDTM dans ses missions et son organisation pour qu'il participe fortement au développement de l'offre et à l'attractivité de la destination**
Des partenariats renforcés	• **Travailler plus étroitement avec l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur touristique**

Le plan d'actions « Organisation touristique »

3 actions

Organisation (3 actions)	**Définir le rôle du Département et l'organisation touristique pour mettre en œuvre le Schéma**
	Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et de l'attractivité de la destination
	Développer le partenariat entre le Département et les EPCI

1. Définir le rôle du Département et ses partenariats pour mettre en œuvre le Schéma

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte

- Le Département – Région est chef de file en termes de développement économique, dont les activités touristiques
- Le tourisme est un secteur transversal et une compétence partagée, ce qui nécessite de structurer sa gouvernance pour une bonne mise en œuvre de la stratégie
- Le pilotage de la stratégie revient par nature à la DDEI du Département
- La maîtrise d'ouvrage des actions est en revanche multiple, partenariale dans la majorité des cas. Et divers acteurs doivent être mobilisés / sensibilisés / tenus informés des projets.
- La mise en œuvre du plan d'actions est à répartir en fonction des prérogatives et des projets portés par les différents acteurs (EPCI, établissements publics…)

Enjeux

→ Définir précisément et partager avec tous les acteurs les fondements de l'organisation touristique du territoire

→ Clarifier le rôle du Département : piloter, coordonner, financer

→ Dimensionner le service tourisme au regard de ses missions et de son ambition

→ Bien dissocier les missions du Département et du CDTM

→ Créer les partenariats et les faire vivre

→ Capitaliser sur les projets et les compétences de chacun pour une mise en œuvre efficace

→ Ne pas créer de doublons dans les missions des différentes institutions

1. Définir le rôle du Département et ses partenariats pour mettre en œuvre le Schéma

ACTION A MENER

Description des actions

Au sein du Département

- Centrer la DDEI sur ses priorités :
  - Pilotage de la stratégie touristique
  - Suivi de la mise en œuvre du Schéma et coordination des actions
  - Financement en investissement et en fonctionnement des actions qui s'inscrivent dans la stratégie régionale
    - Création d'un dispositif de soutien aux projets lisible et cohérent, adapté à la stratégie et aux enjeux des territoires
  - Implication renforcée dans les projets prioritaires : créations d'hôtels, plan plage et sports de nature

- Partager la stratégie et le plan d'actions du SRDTLM avec l'ensemble des services départementaux impliqués pour les mobiliser sur les projets lorsqu'ils sont concernés

- Intégrer la stratégie et le plan d'actions du SRDTLM dans les documents stratégiques en cours d'élaboration ou à venir (SAR, Schéma des équipements sportifs…)

Partenariats avec les acteurs

- Définir et créer un groupe de travail stratégique avec les grands partenaires (préfecture, chambres consulaires, Parc Marin, services de l'Etat, EPFAM, CRESS, DJSCS …)
- Conventionner avec les EPCI (cf. action 3)

1. Définir le rôle du Département et ses partenariats pour mettre en œuvre le Schéma

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- 2020 : création des dispositifs d'accompagnement mis en œuvre par la DDEI, en cohérence avec les autres dispositifs du Département et des partenaires
- 2020 : clarification de la maîtrise d'ouvrage des actions entre les différentes directions du Département, et avec les partenaires
- 2020 : création du groupe de travail stratégique

Moyens et budget

- Moyens affectés au fonctionnement des services (4 ETP au service tourisme), temps à consacrer à la transversalité
- Envelopper financière à déterminer pour les dispositifs d'accompagnement

MOA

- Pilote : Département

Financement

- Département sur les dispositifs d'accompagnement. D'autres partenaires pourront financer en complément

Evaluation et suivi

- Tableau de bord à renseigner pour le suivi de chaque action, par chaque responsable

Lien avec les autres actions

- Faire évoluer le CDTM

2. Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte

- Une définition des rôles du CDTM qui n'est pas claire
- Un acteur qui pourrait monter en puissance pour atteindre l'ambition du Schéma
- Une tutelle avec le Département qui est restée faiblement structurée
- Le CDTM, une organisation qui a travaillé de manière relativement autonome, faute de disposer d'un cadre stratégique et d'un suivi de la part du Département
- Un déficit de collaboration et de synergies entre le CDTM et les services du Département impliqués dans le développement touristique

Enjeux

→ **Faire évoluer le CDTM afin qu'il porte davantage les fonctions de développement touristique de la destination Mayotte, en intégrant notamment une mission d'ingénierie de projet**

→ **Définir clairement la liste des missions confiées au CDTM, et préciser le contenu de chacune des missions**

→ **Organiser le lien de tutelle entre le Département et le CDTM à travers :**

- **l'élaboration d'une convention d'objectifs et de moyens, qui sera assortie chaque année d'une présentation d'un plan d'actions détaillé**
- **la mise en œuvre d'outils de suivi des actions réalisées et du budget engagé**

→ **In fine, disposer d'une agence de développement et d'attractivité touristique qui pourra prendre toutes ses compétences et travailler en lien avec les partenaires de manière opérationnelle rapidement**

2. Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination

Les missions possibles de la structure CDTM évoluée

Missions principales	Missions où l'agence de développement touristique serait en partenaire
Promotion de la destination : marketing / communication	**Elaboration de la stratégie touristique** (en partenaire du Département)
Structuration de l'offre touristique	**Financement de projets, dont l'instruction des dossiers** (en relais du Département)
Ingénierie de projet / Accompagnement de la mise en œuvre des actions « offres et aménagements » du Schéma	**Mise en œuvre des dispositifs d'accompagnement des acteurs privés** (en relais du Département)
Observation touristique (partenaires : OTI)	**Accueil du public** (sur quelques sites particuliers, notamment l'accueil des croisières)
Commercialisation (partenaires : OTI)	**Animation locale** (en partenaire des OTI lorsqu'il y a une dimension touristique)
Accompagnement des professionnels touristiques	
Contact investisseurs	
Contact journalistes / influenceurs (partenaires : OTI)	
Accueil et information	
Evènements touristiques	
Gestion des risques ?	

2. Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination

Zoom sur les missions principales de la structure CDTM évoluée

Promotion de la destination	→ Le portage de la marque touristique → La mise en œuvre d'outils de communication : web, digital, papier → La réalisation de campagnes de communication → La présence sur les médias sociaux (cf. plan marketing, Volet E, document en annexe)
Structuration de l'offre touristique	→ La structuration de produits touristiques sur les thématiques prioritaires du territoire : plongée, sport nature, balnéaire, tourisme d'affaires… → Le travail avec les réceptifs et les acteurs privés pour élaborer plus de produits touristiques → La qualification de l'offre (classement des meublés de tourisme, labels, la définition et la mise en œuvre de démarches qualité…) cf. plan marketing, Volet E, document en annexe)
Ingénierie de projets	→ L'accompagnement de la mise en œuvre du volet « Offres et aménagements » du SRDTLM, ainsi que d'autres actions de développement touristique → La prise et/ou le renforcement de compétences : observation, conseil, … → La possibilité de réaliser en propre ou en MOA déléguée des études de faisabilité pour des équipements et aménagements touristiques

2. Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination

Zoom sur les missions principales de la structure CDTM évoluée

Observation du secteur

- → La mise en place une méthode de collecte des données
- → L'externalisation de certaines enquêtes
- → La création d'un tableau de bord
- → La publication des données
- → La veille sur les études touristiques publiées au niveau national, en particulier par Atout France, la DGE et l'INSEE
- → La vente de prestations d'analyses pour des opérateurs

Commercialisation

- → Au regard des difficultés actuelles d'identification et de réservation des activités, l'agence pourrait avoir un rôle de commercialisateur des hébergements, des activités…
- → Cette mission pourrait également être à terme gérée par un privé, si le volume d'activité le permet

Accompagnement des socioprofessionnels

- → Accompagnement technique sur les volets offre, réglementation, aménagement, …
- → Accompagnement auprès des institutionnels
- → Accompagnement juridique
- → Accompagnement dans le montage du financement du projet : rôle de relais vers le Département, l'ADIM, …
- → Organisation de réunions de formation
- → Organisation de réunions de partage, de rencontres…

2. Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination

Zoom sur les missions principales de la structure CDTM évoluée

Contact investisseurs	→ Réaliser une veille auprès d'opérateurs de tourisme susceptibles d'investir à Mayotte, en particulier sur les principales opérations de développement engagées par le Département et l'EPFAM
Contact journalistes / influenceurs	→ Assurer l'accueil et les opérations de communication auprès des journalistes et influenceurs
Accueil et information	→ Accueil sur des sites spécifiques → Réponses aux demandes d'information du public, en partenariat avec les OTI selon les questions
Evènements touristiques	→ Piloter les grands évènements touristiques actuels du territoire (ex : Festival du Lagon, Salon du tourisme) → Potentiellement créer un nouveau grand évènement touristique → Evaluer les résultats des évènements
Gestion des risques	→ Mise en place d'un plan de communication en cas de crise (sociale, environnementale…)

2. Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination

L'organisation possible de la structure CDTM évoluée

- L'agence de développement touristique pourrait être organisée en 4 pôles :
  - 1 .Pôle Administration/Finances
  - 2. Pôle Ingénierie / Développement / Structuration de l'offre / Contact investisseurs
  - 3. Pôle Marketing / Communication / Presse
  - 4. Pôle Observation

  PS : La gestion des risques serait intégrée dans les différents pôles.

- Le statut juridique de l'agence de développement touristique est à déterminer (association, EPIC, …)

- La gouvernance pourrait être composée de :
  - Un collège des élus du Conseil Départemental
  - Un collège des OTI
  - Un collège des partenaires institutionnels acteurs du développement local : l'ADIM, la CCI, la Chambre d'Agriculture, le réseau de l'économie sociale et solidaire et de l'emploi, le GAL
  - Un collège des professionnels du tourisme, dont GEMTOUR
  - des membres associés.

- Le Département aurait un rôle de contributeur principal au financement de la structure, et donc de définition de la stratégie et de contrôle de sa mise en œuvre.

→ ***Tous ces éléments doivent être définis par une étude globale d'évolution du CDTM.***

2. Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination

ACTIONS A MENER

Description des actions

- **Réaliser une étude globale de transformation du CDTM pour définir les missions, l'organisation et les moyens de la structure :**
  - Budget de fonctionnement, et donc le montant de la subvention du Département
  - Ressources humaines (organisation, organigramme, fiches de poste, assistance au reclassement et/ou de formation des personnels actuels, assistance au recrutement de nouveaux personnels…)
  - Locaux et moyens techniques
  - Comptabilité
  - Assistance juridique
    - ✓ pour l'identification d'une forme juridique et la rédaction des statuts,
    - ✓ pour la procédure au sein du Conseil départemental, et au sein du CDTM

- **En parallèle :**
  - **élaborer la convention d'objectifs et de moyens entre le Département et la structure**
  - **définir et organiser les partenariats entre la structure et ses différents partenaires**
    - mettre en œuvre des partenariats stratégiques et opérationnels avec : ADIM, EPCI, OTI, Parc Marin, chambres consulaires, GAL, GEMTOUR …

2. Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- 2020 : Réalisation de l'étude et mise en œuvre de ses recommandations + élaboration de la convention d'objectifs et de moyens
- A partir de 2021 : Montée en puissance de la structure sur ses nouvelles compétences + Travail partenarial renforcé avec le Département et les partenaires

Moyens et budget

- Mission d'étude et d'AMO : 90 000 €
- Budget de fonctionnement complémentaire à prévoir pour le pôle ingénierie :
  - Responsable de l'Observatoire
  - Responsable Qualité-Formation
  - Responsable Relations avec les socio-professionnels
  - Responsable Aménagement et ingénierie de projet structurant
  - Responsable assistance aux porteurs de projet et coordination des interlocuteurs
  - Responsable NTIC : SIT + assistance aux opérateurs
  - Assistance administrative

MOA

- Etude : MOA Département

Financement

- Etude et participation au fonctionnement de la structure : Département

Evaluation et suivi

- Nouvelles missions en lien avec la stratégie du SRDTLM
- Montée en qualification des personnels
- Interlocuteurs bien identifiés par les acteurs

Lien avec les autres actions

- En lien avec l'ensemble du SRDTLM

3. Développer le partenariat entre le Département et les EPCI

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte

- Des EPCI créés récemment, qui disposent de compétences en matière d'aménagement du territoire, et qui développent le volet « tourisme » de leur stratégie de territoire
- La loi NOTRe qui transfère depuis le 1er janvier 2017 la compétence Promotion du tourisme aux EPCI, lesquels ont pour la plupart engagé la structuration de leur office de tourisme intercommunal (Sud), certains OTI étant déjà opérationnels (3CO, Petite Terre)
- Une échelle intercommunale adéquate pour porter les projets d'aménagement lourds (sentiers de randonnées, plages…), et pour rapprocher les acteurs publics et privés du tourisme
- Un besoin de coordination et de cohérence à l'échelle de l'île, qui justifie le partenariat avec le Département dans le cadre du SRDTLM

Enjeux

→ **Un développement de la destination Mayotte à faire porter en premier lieu par le couple Département – EPCI, en partenariat avec les acteurs institutionnels concernés selon les sites**

→ **Une montée en puissance des EPCI sur les opérations de développement touristique prioritaires identifiées dans le Schéma**

→ **Une mise en œuvre plus efficace des aménagements de site prioritaires**

→ **Une pérennité des aménagements liée à des exigences d'entretien, et de surveillance des sites**

→ **Des liens renforcés entre le CDTM et les OTI**

3. Développer le partenariat entre le Département et les EPCI

ACTIONS A MENER

Description des actions

- **Identifier et chiffrer les différents besoins pour chaque territoire intercommunal, dans un souci de cohérence à l'échelle de l'ensemble de la destination :**
  - ✓ **Aide à l'investissement pour l'aménagement des sites (VRD, et aménagements spéciaux : pontons, sentiers, embellissement des villages…)**
  - ✓ **Aide à l'investissement pour structurer l'offre touristique (signalétique, équipement et matériel sports de nature, locaux et moyens des offices de tourisme…)**
  - ✓ **Aide au fonctionnement (office de tourisme : soutien aux évènements et animations, quote-part des charges de personnel affectées à l'observation touristique régionale, …)**
- **Planifier les besoins dans le temps, et définir un programme sur 3 ans**
- **Identifier les engagements à tenir par les EPCI en matière d'entretien et de surveillance des sites, en contrepartie des financements départementaux**

→ **Aboutir à un contrat de développement touristique Département – EPCI qui cadre le partenariat sur 3ans, avec possibilité d'ajustement chaque année**

3. Développer le partenariat entre le Département et les EPCI

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- 2020 : Elaboration du dispositif d'accompagnement sur 3 ans (2020-2022)
- 2022 : Actualisation du dispositif

Moyens et budget

- Enveloppe financière d'accompagnement en investissement et en fonctionnement à déterminer

MOA

- Pilote : Département

Financement

- Département
- Financements croisés possibles (avec GAL et autres acteurs) sur les actions prioritaires

Evaluation et suivi

- Montant engagé par le Département
- Consommation effective des crédits par les EPCI
- Bonne mise en œuvre des actions subventionnées

Lien avec les autres actions

- En lien avec l'ensemble des volets du Schéma

Planning de mise en œuvre du plan d'actions « Organisation touristique »

PROJETS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Définir le rôle du Département et l'organisation touristique pour mettre en œuvre le Schéma											
Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et de l'attractivité de la destination	*Etude*	*Evolution de la structure*	*Une structure compétente*								
Développer le partenariat entre le Département et les EPCI	*Elaboration du conventionnement*			*Actualisation du conventionnement*			*Actualisation du conventionnement*			*Actualisation du conventionnement*	

Légende

- Montage, études et procédures
- Travaux et développement
- Livraison

III. PLANS D'ACTIONS

C/ QUALITÉ, FORMATION ET EMPLOI

Le cadre stratégique

Axes stratégiques

Développement de l'offre et accompagnement

- La qualité des prestations ne deviendra un sujet que lorsque l'offre aura atteint une taille critique, qui permettra une concurrence vertueuse.
- La qualité des offres sera alors un facteur différenciant, et permettra d'orienter les choix des visiteurs
- **L'accompagnement des prestataires déjà en activité et des porteurs de projets est donc une priorité pour développer une offre de qualité**
- **Cet accompagnement doit se traduire par :**
  - **un choix de méthodologie qui vise la progression et l'amélioration continue,**
  - **une adaptation de la formation professionnelle en cohérence avec le positionnement écotouristique et qui répond aux besoins de progression.**

Valorisation des métiers, des compétences et des emplois du tourisme et des loisirs

- Les métiers du service et en particulier dans le secteur du tourisme sont peu considérés, et évoquent une image peu conforme à la réalité des pratiques.
- Ces métiers sont difficiles (horaires, rémunération…) mais très enrichissants car ils recourent à des compétences facilement transposables dans d'autres secteurs.
- **Il paraît donc nécessaire de valoriser ces métiers et les compétences qui vont avec, à travers :**
  - **la création d'un véritable sentiment d'appartenance à une communauté professionnelle, et ses « réalités positives »**
  - **l'amélioration des conditions de travail et de mobilité interprofessionnelle.**

Le plan d'actions « Qualité – Formation – Emploi »

3 actions

Qualité / Formation / Emploi (3 actions)	**Certification**	Qualité : Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable pour enclencher une dynamique de progression dans son ensemble (approche transversale, reconnaissance internationale, passerelle avec les marques et classements locaux et nationaux)
	Formation Professionnelle	Formation : Développer l'offre de formation en lien avec l'écotourisme, la qualité et l'innovation (responsabilité sociale et environnementale, qualité des contenus et expériences de visite axée sur les patrimoines, relation client, utilisation des NTIC…)
	Valorisation des métiers	Emploi / Métiers : Créer une communauté du tourisme à Mayotte (grand évènement pro, carte avantages pro…)

1. Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte / fondements / Justifications

- A Mayotte, peu de concurrence, et donc, on constate :
  - Un niveau global de service assez faible, plutôt bas de gamme
  - Des rémunérations tirées vers le bas,
  - Une fuite des compétences / meilleurs profils
- Beaucoup d'attentes insatisfaites de la part des publics captifs (locaux ayant voyagés, clientèles affaires…), et des publics d'agrément difficile à attirer (coût, accessibilité de l'offre, dans un contexte de concurrence internationale)
- Donc, la nécessité de développer une offre « qualitative », et de la valeur ajoutée
- Choix d'un positionnement sur l'Ecotourisme = écoresponsabilité = responsabilité sociale et environnementale
- Quelques initiatives en matière de « qualité » : Ylang et HQWW

Enjeux

→ Visibilité / lisibilité d'une offre véritablement qualitative, qui présente des garanties vis à vis des clientèles cibles,

→ Recherche de transversalité, pour une cohérence sur toute la chaine de valeur,

→ Emulation des entreprises, valorisation des métiers et des emplois,

→ Appropriation d'outils pour progresser sans se décourager, et récompenser les efforts fournis.

1. Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable

INSPIRATIONS : certifications du tourisme durable

MARQUE :

- Signe ou un ensemble de signes distinctifs (nom, logo, valeurs)
- Exprime une **valeur, un savoir-faire, une expertise, une histoire, un engagement, une caution,** qui contribuent à aider le consommateur dans son choix, et à distinguer l'entreprise sur le marché concurrentiel.

CERTIFICATION

- La certification environnementale est accordée aux entreprises ou activités qui respectent strictement **un ensemble de normes**.
- Toutes les entreprises qui le souhaitent peuvent entrer dans une démarche de certification. Ces normes sont généralement plus exigeantes que les réglementations.

LABEL :

- **Marque collective** utilisée par différentes marques se conformant au **cahier des charges** du label.
- Vise à assurer et faciliter la reconnaissance de certaines caractéristiques du produit.
- Le label peut être « privé » et géré de manière autonome ou dépendre d'un organisme public.
- **Un écolabel** est un prix décerné à une entreprise ou une activité dont la **performance** est sensiblement meilleure que celle des autres entreprises de son secteur.
- Exigences évolutives, fonction des progrès collectif de performance, et basées sur la comparaison plutôt que sur la conformité aux normes

La plupart des **systèmes de certification du tourisme durable** associent :

- **les aspects de la certification aux normes minimales**
- **Les exigences comparatives d'un écolabel.**

1. Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable

INSPIRATIONS : certifications du tourisme durable

= CERTIFICATION Internationale **: Afrique du Sud et de l'Est :**
Hébergements – Equipements – Restaurants – Activités – Attractions – Volontariat
(hébergements à Madagascar)

= CERTIFICATION aux Seychelles :
Hébergements **(hôtels et resorts aux Seychelles)**

= CERTIFICATION internationale : TO **(réceptifs à Madagascar)**

= CERTIFICATION en Allemagne : TO – Agence de voyages – Hébergements – Destinations

= CERTIFICATION en France (ecocert) : TO – Agences de voyages

= CERTIFICATION Internationale
TO – Agence de voyages – Hébergements **(réceptifs à Madagascar)**

1. Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable

INSPIRATIONS : certifications du tourisme durable

= CERTIFICATION INTERNATIONALE
Plages, marinas, bateaux de plaisance
2 plages à la Réunion

= MARQUE DES PARCS NATIONAUX DE FRANCE
Hébergements – Restaurants – Activités – Produits locaux et artisanaux – (Séjours)
gîtes, balades et randonnées, produits locaux (miel, vanille, café), à la Réunion

= CERTIFICATION INTERNATIONALE
Hébergements (**écolodges à Madagascar)**

= CHARTE associative pour l'observation des mammifères marins
Hébergements, activités (**hébergements, opérateur de plongée à Madagascar**
Déploiement à la Réunion avec la Région et la DEAL , et à Mayotte?)

= CHARTE PARC MARIN DE MAYOTTE + RESEAU
Plaisance, plongée (**+20 opérateurs à Mayotte)**
Projet d'évolution vers une licence professionnelle…

= LABEL/ MARQUE PORTÉ DANS LE CADRE D'UN ACCORD INTERGOUVERNEMENTAL, ATTRIBUÉ À MAYOTTE PAR LE PARC MARIN **(opérateurs whale watching – 3 à Mayotte)**

1. Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable

INSPIRATIONS : certifications du tourisme durable

= CERTIFICATION Internationale :
Hébergements – Restaurants – Equipements – Attractions
hôtels, maison d'hôtes, et restaurant à la Réunion, hôtels à Maurice

= CERTIFICATION Européenne : Hébergements (**hôtels à la Réunion)**

Proposition à étudier

= CERTIFICATION Internationale :
Hébergements – Restaurants – Equipements – Croisières – Attractions – Evènements – Transports – TO et Agences de voyages – Destinations
(hôtels à Madagascar, Seychelles, Réunion, Maurice + Aéroport de Rodrigues

= CERTIFICATION Internationale : Hébergements, destinations

1. Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable

ACTION A MENER

Description des actions

- **Réaliser une étude spécifique :** Identifier, comparer et choisir un label :
  - ✓ qui soit transversal,
  - ✓ qui permettent aussi d'intégrer les démarches nationales de classement (Hôtels, Office de tourisme),
  - ✓ qui permettent d'intégrer progressivement différents secteurs d'activités au sein de la filière
- **Initier la démarche auprès d'un organisme qui servira de modèle : le CDTM future ADT, et les OTI**
- **Bien organiser le déploiement de la démarche à l'échelle de la destination, à travers une bonne coordination et un suivi**
  - ✓ pour d'abord dresser un « état de référence » qui servira de base à la définition des objectifs de progression
  - ✓ Identifier les modalités de mobilisation des opérateurs concernés :
    - Organiser dune série de séminaires pour fédérer de manière inclusive tous les acteurs autour de la démarche
    - Lancer un ou plusieurs appels à manifestation d'intérêt auprès des acteurs de la filière pour identifier les volontaires, par vagues successives
- **Officialiser la démarche / Communiquer fortement** sur la démarche pour motiver les professionnels à s'engager
- **Relayer les besoins en formation, en investissement matériel**, nécessaire à la réalisation des objectifs de progression, dans une logique de cohérence globale du SRDTLM

1. Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable

ACTION A MENER

Résultats attendus

- ❑ **Un objectif de certification bien identifié et des parties prenantes, volontaires, diversifiées, représentant toute la chaine de valeur,** déjà engagées ou non dans une démarche de labellisation
  - ✓ CDTM et OTI
  - ✓ Hébergements touristiques
  - ✓ Agences de voyage réceptives
  - ✓ Guides et prestataires terre, mer, et air
  - ✓ Taxis, aéroport, ports
- ❑ **Une planification effective** de l'intégration des secteurs d'activité dans la démarche, et des paliers de progression
- ❑ **Un pilotage fort** de la part du territoire, en lien avec d'autres mesures d'accompagnement (subventions à l'investissement, formation, observation…)
- ❑ **Des résultats tangibles pour les parties prenantes et les visiteurs** (plan de communication et traduction marketing, montée en compétences et en qualité, augmentation de la satisfaction client, et mesure des avantages / retombées / réduction des impacts négatifs)

1. Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- 2020 : étude et choix du label
- 2021 : adhésion/engagement, identification du coordinateur, et préparation de la démarche dans sa propre structure (formation, diagnostic préparatoire à l'audit, mise en œuvre des premières évolutions…)
- 2022 : déploiement de la démarche à d'autres secteurs d'activités (OTI, HCR, transport, activités vitrines…)
- 2023 : audit, et le cas échéant, certification

Moyens et budget

- Coordinateur : référent qualité/formation + AMO en lien avec la certification choisie
- Budget :
  - Coût de l'étude : 20 000 HT
  - Coûts liés à la certification : adhésion, préparation/formation, audits + frais de déplacement auditeur, soit 1000 à 8000 € par an, pour un établissement (dépend de la taille de l'établissement et du label)
  - ETP à mutualiser (formation / observation)
  - Plan de communication (à mutualiser avec le plan marketing)

MOA

- Pilote : ADT
- Partenaires : OTI et chambres consulaires

Financement

- MOA et bailleurs de fonds internationaux
- Entreprises et organismes concernées par la certification
- Autres contributions : Etat ? Parc Marin?

Evaluation et suivi

- Cf. recommandations propres à la certification choisie
- Nombre d'établissements engagés dans la démarche de certification, puis certifiés
- Etude à mener par l'observatoire, sur les impacts environnementaux et sociaux du tourisme, année N et année N+3

Lien avec les autres actions

- Formation
- Observation
- Marketing
- Activités vitrines
- Organisation

2. Développer l'offre de formation en rapport avec l'écotourisme, et notamment l'écoresponsabilité

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte / fondements / Justifications

- A Mayotte, des initiatives proches des besoins existent et doivent être confortées : Guides pays (CFPPA), Formations écotourisme (CCI); Formation taxis (CMA), Prestataires lagon (PARC MARIN), Sports de nature, Plongée (DJSCS), etc.
- Un bon niveau de formation initiale HCR, et des volumes suffisants (LP Kaweni, Apprentis d'Auteuil, RSMA…), mais les meilleurs quittent Mayotte…
- Des contenus et savoir-faire qui restent à développer, notamment :
  - ✓ En matière écotouristique,
  - ✓ En matière d'expérience client et de suivi de la satisfaction
  - ✓ En matière d'utilisation des technologies numériques,
  - ✓ En anglais…
- Des nouveaux besoins, liés à la démarche de certification de la Destination

Enjeux

→ **Développement de la Formation Professionnelle Continue (FPC) en lien avec la démarche d'écocertification**

→ **Amélioration de l'accès à la FPC et donc l'adaptation des formations aux caractéristiques spécifiques des métiers et des entreprises du secteur**

→ **Intégration d'innovations dans les pratiques écotouristiques (médiation, communication…)**

→ **Intégration des bonnes pratiques, écoresponsables, dans toute la filière**

→ **Appropriation des connaissances sur les patrimoines par tous les acteurs**

2. Développer l'offre de formation en rapport avec l'écotourisme, et notamment l'écoresponsabilité

ACTION A MENER

Description des actions

- **Associer une mission d'ingénierie de formation à la démarche d'écocertification**, et dans une logique d'observation des besoins puis des progrès
- **Mission d'ingénierie pédagogique** sur :
  - L'écoresponsabilité des pratiques de la filière : Structures institutionnelles, Transports touristiques, Hôtellerie-restauration, Activités lagon (en cours), Évènements
  - L'élaboration de contenus sur la connaissance des patrimoines et le savoir-transmettre : accompagnateurs sports et patrimoines, activités lagon (approche culturelle du lagon…)
  - Les nouvelles technologies appliquées aux métiers du tourisme et les nouveaux métiers : conciergerie, e-tourisme, m-tourisme, web marketing…
- **Formation des formateurs** en fonction des besoins identifiés
- Modélisation des formations professionnelles continues au format adapté au secteur du tourisme et des loisirs (des indépendants ou TPE qui ne peuvent pas se libérer : donc des **formations *in situ* (en entreprise) et en situation de travail effective**

Résultats attendus

- ❑ **De nouvelles formations écotourisme et écoresponsabilité** créées en lien avec les besoins identifiés (notamment identifiés par l'Observatoire et par l'Audit de préparation à la certification)
- ❑ **Des bénéficiaires (indépendants ou salariés), dont les entreprises sont engagés dans une démarche de progression / qualité / écoresponsabilité**
- ❑ **Corrélation avec d'autres dispositifs (subvention investissement, accompagnement à la certification…)**

2. Développer l'offre de formation en rapport avec l'écotourisme, et notamment l'écoresponsabilité

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- 2020-2021 : nécessité de dresser au préalable l'état de référence, de fixer les paliers de progression et d'observer plus finement les besoins en rapport avec les objectifs intermédiaires et finaux
- 2021 : ingénierie pédagogique et formation des formateurs
- 2022 : 10 sessions de 3 jours par an, dispositif permanent, contenus de formation à faire évoluer au bout de 3 ans
- 2025 : renouvellement de l'offre de formation, relance d'une mission d'ingénierie

Moyens et budget

- Coordinateur Qualité / formation, en charge de la coordination de la démarche de certification de la Destination, et travaille en lien avec le responsable de l'Observatoire touristique
- Budget :
  - ✓ Coûts de l'ingénierie pédagogique + formation de formateurs : 60 000 € (3 secteurs + contenus visite) tous les 3 ans
  - ✓ Coûts de formation: 90 000 € (3 jours de formation par an pour 100 professionnels)
  - ✓ ETP : 45 000 € par an avec une mutualisation de l'assistance administrative et financière (Observatoire)

MOA

- Pilotes : ADT + Département (services Tourisme et Formation)
- Partenaires ou MOA délégués : DIECCTE, Pôle-emploi, chambres consulaires, CARIF-OREF, autres groupements professionnels (GEMTOUR…)

Financement

- Département et FSE
- Entreprises privées / OPCALIA
- Autres contributions : Etat, Parc Marin

Evaluation et suivi

- Evolution de la part de ces formations dans l'offre départementale
- Nombre de bénéficiaires
- Corrélation entre bénéficiaire et entreprises engagées dans une démarche qualité
- Correspondance entre les évolutions observées et le renouvellement de l'offre de formation

Lien avec les autres actions

- Certification
- Valorisation des métiers
- Activités vitrines
- Organisation
- Observation

3. Créer une communauté du tourisme à Mayotte

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte / fondements / Justifications

- A Mayotte, on constate une **« fuite » des personnes formées**, qui disposent des qualités humaines recherchées dans les métiers du service, du contact avec la clientèle…
- On constate aussi que la notion de loisirs marchands ne fait partie de la culture traditionnelle mahoraise, et que les métiers de service en lien avec le tourisme sont mal considérés, peu attractifs, peu valorisant pour les jeunes vis-à-vis de leurs ainés…
- Des idée reçues sur un secteur qui fait penser aux vacances, aux voyages, aux repos…
- … alors qu'un grand volume de métiers sont **des métiers difficiles, faiblement qualifiés et rémunérés**, avec des horaires contraignants (travail nocturne, décalé, le WE, pendant les vacances scolaires…), etc.

Enjeux

→ **Mise en avant des réalités positives :**

- **Une filière qui offre des passerelles entre différents métiers et secteurs, avec des compétences transposables à tous les métiers de service, contact clientèles**
- **Une mobilité géographique intéressante**
- **Des métiers qui permettent de commencer en bas de l'échelle et de gravir les échelons**
- **Des métiers au cœur des problématique sociétales : développement durable, tradition & modernité…**

→ **Renforcement du sentiment d'appartenance à une même communauté de métiers qui offre des avantages réciproques**

3. Créer une communauté du tourisme à Mayotte

ACTION A MENER

DESCRIPTION DE L'ACTION

- **Organiser un évènement annuel de type salon des métiers du tourisme**, des loisirs, de l'hôtellerie et de la restauration, avec des animations autour :
  - De l'offre de formation, des financements possibles, et de la mobilité (témoignages…)
  - Des offres d'emploi à pourvoir (tests, préparation à l'entretien, job-dating…)
  - De l'écoresponsabilité des métiers (conférences-débats…)
  - De l'innovation (démonstrations, appli, logiciels,…)
  - Des compétences techniques de certains métiers (concours de cocktail, de cuisine…)
- **Animer la communauté professionnelle à travers les réseaux sociaux** : news letter pro, évènements sectoriels, rencontres off, vidéos tutos techniques pros, petites annonces pros,
- **Etudier la faisabilité d'une « Carte Pro du Tourisme » qui permettrait à chaque salarié ou indépendant, travaillant dans les métiers de la filière, de bénéficier d'offres promotionnelles ponctuelles ou permanentes, au sein de la communauté professionnelle**. Cet outil permettrait aussi d'observer certains phénomènes sur l'emploi dans le secteur en permettant la collecte de données de diffusion de la carte, et d'utilisation.

RÉSULTATS ATTENDUS

- ❑ **Meilleure adaptation des profils aux emplois**
- ❑ **Diminution du turn-over dans les entreprises, amélioration des conditions de travail**
- ❑ **Mobilité interprofessionnelle et géographique bénéfique aux salariés et aux entreprises**

3. Créer une communauté du tourisme à Mayotte

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- 1 salon par an ou tous les 2 ans en alternance avec le salon du tourisme
- Faisabilité de la Carte Pro avantage à confirmer en année 1 puis mise en place en année 2
- Animation communauté pro sur réseaux sociaux dès l'année 1, à travers une communication virale.

Moyens et budget

- Moyens humains à mobiliser : une coordination entre services et partenaires (évènementiel et animation de réseaux) ou un chargé de mission
- Budget du salon : entre 40 000 et 50 000€
- Etude de faisabilité de la carte pro: 25 000 €
- ETP 75%, en lien avec l'Observatoire et Qualité/formation

MOA

- ADT
- Partenaires : OTI (carte pro et salon) et Pôle-emploi et chambres consulaires (salon)

Financement

- Département
- Pôle-Emploi
- CCI / CMA
- Entreprises privées / sponsors
- FSE

Evaluation et suivi

- Nb d'entretiens d'embauche passés sur le salon, suivis d'embauche
- Nb de participants au salon (exposants et visiteurs)
- Nb de « carte pro avantages » distribuées, et volume de ventes remisées
- Nombre de followers sur réseaux sociaux

Lien avec les autres actions

- Certification
- Formation

Planning de mise en œuvre du plan d'actions « Qualité – Formation – Emploi »

PROJETS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable	*Etude*	*Engagement et Plannification*	*Mise en œuvre et déploiement*	*Audit de certification*	*Evaluation, Ajustement*	*Engagement et Plannification*	*Mise en œuvre et déploiement*	*Certification (2ème vague)*	*Mise en œuvre et déploiement*	*Certification (3ème vague et rattrapage)*	*Evaluation*
Développer l'offre de formation en lien avec l'écotourisme, la qualité et l'innovation	*Etude des besoins*	*Ingénierie pédagogique et formation Formateur*	*Formation*	*Formation*	*Formation*	*Evaluation / Etude des besoins*	*Ingénierie pédagogique et formation Formateur*	*Formation*	*Formation*	*Formation*	*Evaluation / Etude des besoins*
Créer une communauté du tourisme à Mayotte	*Etude dde faisabilite Carte Pro Tourisme*	*Montrage des partenariat et animation de réseau*	*Salon des métiers*	*Montrage des partenariat et animation de réseau*	*Salon des métiers*	*Evaluation / Ajustements*	*Montrage des partenariat et animation de réseau*	*Salon des métiers*	*Montrage des partenariat et animation de réseau*	*Salon des métiers*	*Evaluation*

Légende

- Montage, études et procédures
- Travaux et développement
- Livraison

III. PLANS D'ACTIONS

D/ OBSERVATION ET ÉVALUATION

Le cadre stratégique

Axes stratégiques

Impacts économiques, sociaux et culturels	• Comprendre et mesurer les flux de visiteurs, les profils, les motifs de visite, les sources de satisfaction et d'insatisfaction, à des moments précis • Suivre et appuyer l'évolution des conditions de développement du tourisme et des loisirs (économie, emplois, formations, appropriation des patrimoines, image…)
Durabilité des pratiques touristiques	• Objectiver les corrélations entre le secteur du tourisme et des Loisirs, et l'état des milieux naturels

Le plan d'actions « Observation – Evaluation »

1 action

Observation / Evaluation (1 action)	Créer un observatoire du tourisme (Système d'information touristique, méthode de collecte des données existantes, externalisation d'enquêtes, tableau de bord, analyse et communication, évaluation …)

1. Créer un observatoire du tourisme

CONTEXTE ET ENJEUX

Contexte / fondements / Justifications

- A Mayotte, pas encore d'observatoire touristique
- Quelques initiatives : INSEE/CDTM (flux aéroport), Parc Marin (impact des activités et appropriation des patrimoines), ADIM (Observatoire économique), CARIF-OREF (formation)…
- **La nécessité d'évaluer l'action publique en faveur du tourisme, et donc de pouvoir piloter les décisions stratégiques, dans une logique d'intelligence économique collective**
- **Des projets à lancer qui nécessitent de bien connaître l'environnement concurrentiel dans lequel ils vont évoluer, et les tendances, pour ne pas se tromper de positionnement**
- La grande majorité des destinations sont aujourd'hui entrées dans « **l'ère de la DATA », certaines se sont regroupées faire des économies sur la gestion des données, et mieux se concentrer sur la diffusion. Mayotte doit trouver son propre chemin…**

Enjeux

→ **Mettre en place un véritable observatoire touristique, prendre des décisions stratégiques, puis pouvoir les évaluer et les ajuster (les besoins, les limites, les évolutions, les impacts…)**

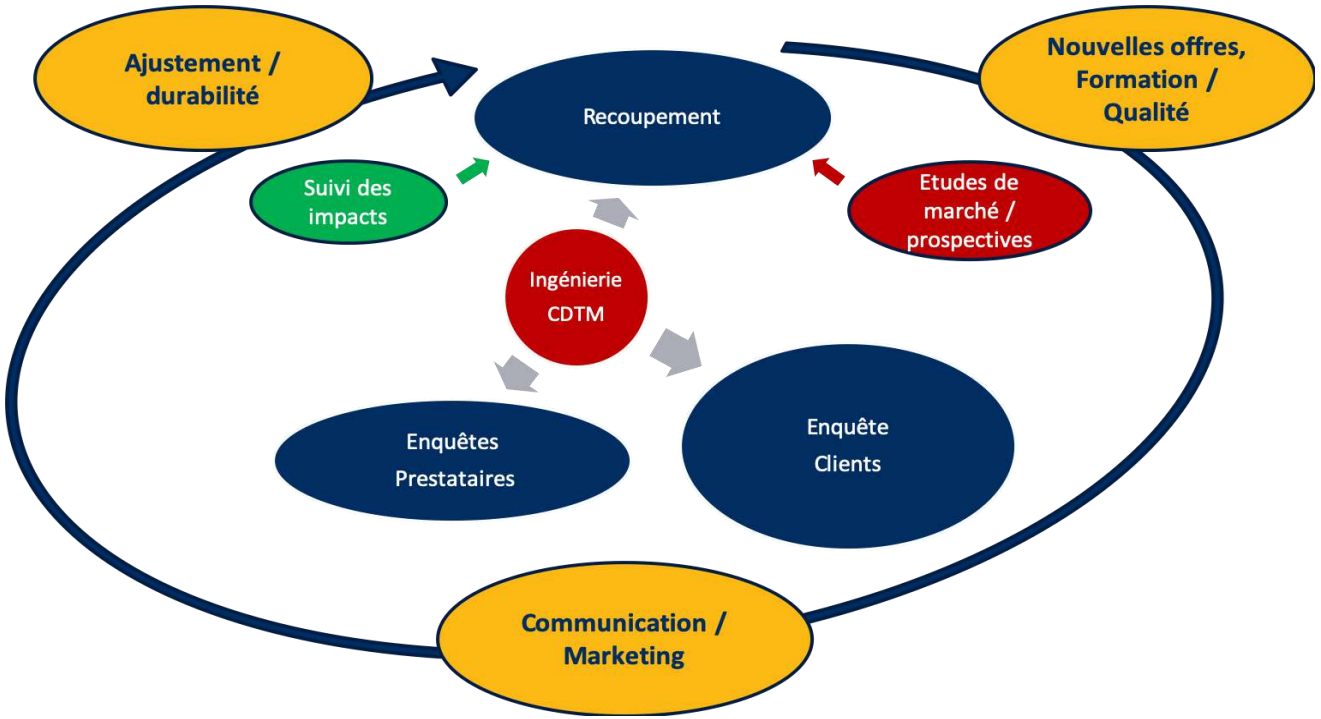
→ **Travailler en réseau de producteurs de données**, avec les OTI et le CDTM, mais aussi d'autres établissements

→ **Gagner la confiance des entreprises** pour qu'elles acceptent de fournir certains de leurs chiffres, dans cette logique d'intelligence économique collective, et d'ingénierie de projet. (respect de certains nveaux de confidentialité, agrégation des données…)

1. Créer un observatoire du tourisme

UN OBSERVATOIRE POUR CONNAÎTRE, ÉVALUER, AJUSTER ET GARANTIR LA DURABILITÉ

La formalisation d'un dispositif d'observation doit venir conforter les objectifs stratégiques du schéma, et les leviers pour y parvenir :



1. **Une véritable maîtrise des procédures et méthodes d'observation**
2. **Une juste connaissance des phénomènes touristiques** qui permettent d'évaluer la réalisation des objectifs stratégiques du schéma
3. **Une possibilité d'arbitrer en faveur des pratiques de tourisme durable**
4. **Une compréhension des motifs de satisfaction et d'insatisfaction des publics cibles** (clients et habitants)
5. **Une adaptation des mesures d'accompagnement :** formation, accompagnement des entreprises, aide à l'investissement, communication institutionnelle
6. **Une possibilité de mesurer la notoriété et l'efficacité des actions de communication et de marketing ciblées**

1. Créer un observatoire du tourisme

ACTION A MENER

DESCRIPTION DE L'ACTION

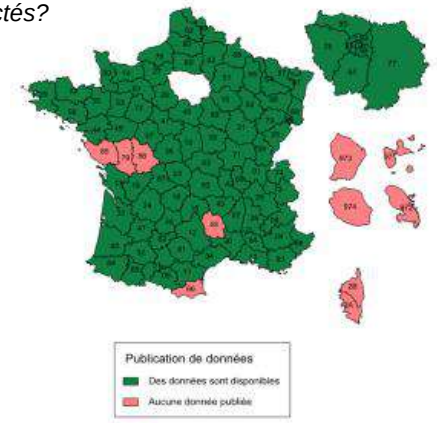
1. **Identifier les données disponibles sur le territoire, et élaborer des outils et méthodes de collecte :**
   - **DONNÉES SUR L'OFFRE :**
     - **Créer un système d'information Touristique (SIT)** participatif entre OTI et CDTM, et normalisé « DATAtourisme » :

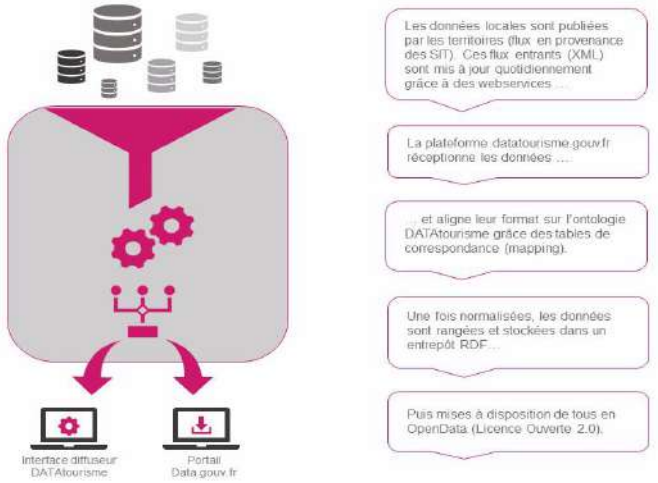
     La plateforme DATAtourisme diffuse des données relatives au recensement et à la description de points d'intérêts et d'événements à caractère « touristique », réparties en 4 grandes catégories :

     - Fêtes et manifestations : événements culturels (concert, exposition, festival…), sociaux (carnaval, fête traditionnelle…), commerciaux (marché, foire, …), sportifs (compétitions, démonstrations…)
     - Lieux : sites culturels (musée, bâtiment civil, …), sites naturels (lac, falaise, point de vue…), restaurants, hébergements, transport (parking, gare, station de transport en commun…), commerces, services pratiques (bornes de service pour camping-car, loueurs de vélo, …)
     - Produits : visites, stages, activités touristiques
     - Itinéraires : parcours composés de plusieurs étapes.

     Les OTI renseigne une base de données, ensuite centralisée et mise à jour par le CDTM : EN TEMPS REEL !!!

DATAtourisme,
http://www.datatourisme.fr
Plateforme mise en place en décembre 2017 : Les DOM pas encore connectés?





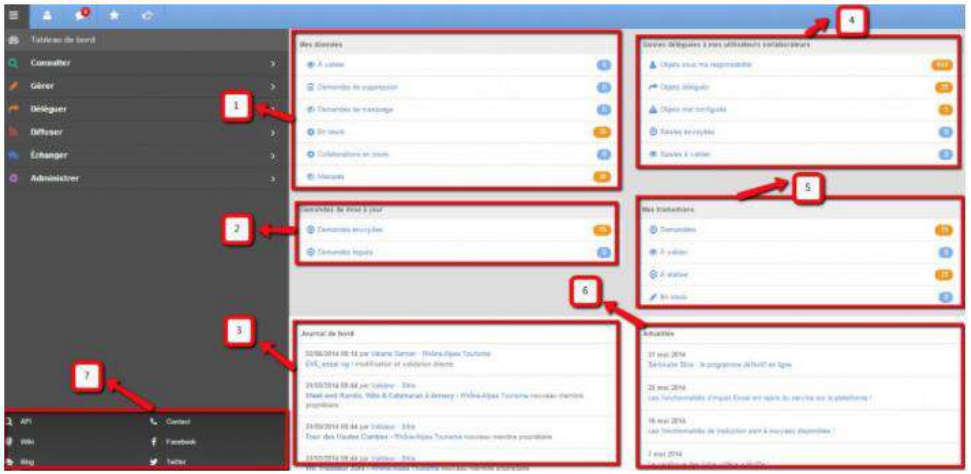
1. Créer un observatoire du tourisme

ACTION A MENER

DESCRIPTION DE L'ACTION

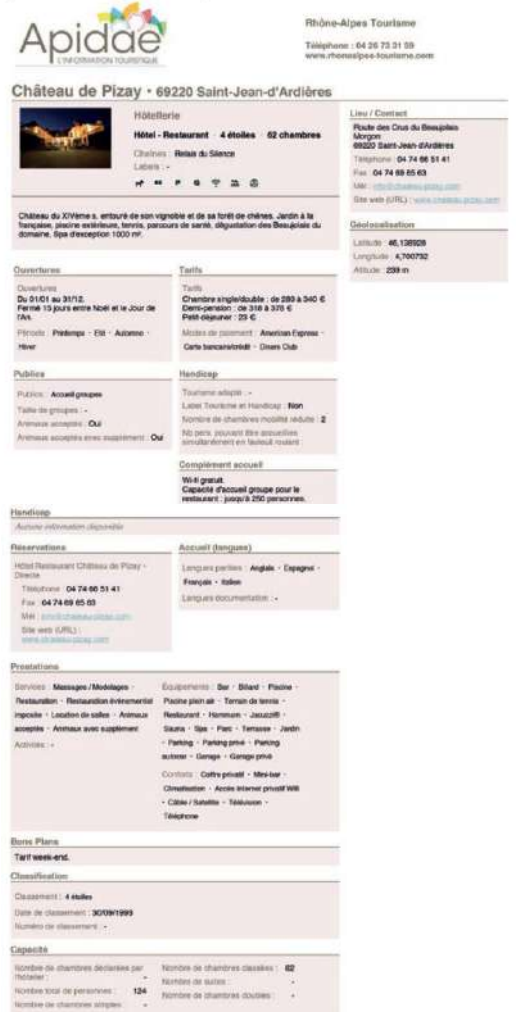
Apidae : un exemple de solution de gestion collective de la donnée touristique

Les différents univers du tableau de bord



1. Mes données
2. Demandes de mises à jour
3. Journal de bord
4. Saisies déléguées à mes utilisateurs collaborateurs
5. Mes traductions
6. Actualités
7. Zone de liens et d'outils

Exemple de fiche renseignée sous Apidae



1. Créer un observatoire du tourisme

ACTION A MENER

DESCRIPTION DE L'ACTION

- **DONNÉES SUR LA DEMANDE :**

  Pas vraiment de normalisation, sauf :

  - Enquête de fréquentation hôtelière (INSEE/DGE/Territoires) : résultats mensuels (taux d'occupation, arrivées et nuitées) : pas diffusée car panel trop petit?
  - Enquête flux aéroport (INSEE/Territoire) : ne sera plus réalisée par l'INSEE, à l'instar de beaucoup d'autres territoire

  ➢ **Il faut s'adapter au territoire, et enquêter sur la fréquentation !**

  - Les données de fréquentation aéroportuaire et portuaire peuvent être fournies par les gestionnaires.
  - Certaines données peuvent être recueillies mensuellement par les OTI auprès des prestataires implantés sur leur territoire :
    - ✓ Les données de fréquentation des hébergements (hôtels mais aussi chambres d'hôtes, location meublée, airBnB… Cette collecte sera facilitée par la mise en place de la taxe de séjour
    - ✓ Les données de fréquentation des sites pourvus d'une billetterie
    - ✓ Leur propre données de fréquentation
    - ✓ Les données issues de leurs propres enquêtes* par questionnaires, sur des sujets précis, ponctuels ou récurrents, en fonction des territoires.
  - La pose de compteurs sur certains sites (routier, pédestre, vélo…)

***Focus sur quelques solutions intéressantes parmi la multitude de plateformes d'enquêtes en ligne :**

- Pour un questionnaire simple, sans nécessité. de croiser les résultats : la solution la plus simple, gratuite, reste le Google Forms. Facile à prendre en main, le formulaire d'enquête se réalise rapidement, et Google offre désormais un tableau de suivi des résultats complet,
- Pour un usage ponctuel : SurveyMonkey, areyounet.com, surveyshaker. Ces plateformes proposent des comptes libres et gratuits (ou des coûts réduits) pour mettre en place des questionnaires rapidement. Elles offrent des possibilités plus développées que Google en particulier dans la visualisation des résultats,
- Pour un usage plus complet : SphinxOnline, en lien avec le logiciel Sphinx.

1. Créer un observatoire du tourisme

ACTION A MENER

DESCRIPTION DE L'ACTION

2. **Identification des besoins spécifiques au territoire,** en fonction des enjeux identifiés et des stratégies élaborées, pour **externaliser la réalisation d'enquêtes quantitatives et qualitatives :**
   - **MESURE DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES** du tourisme sur le territoire - enquête auprès des entreprises (en lien directe et indirect avec le tourisme) : Chiffre d'affaires, valeur ajoutée, emplois et formations (en lien avec le CARIF-OREF)…
   - **ETUDE DES COMPORTEMENTS DES VISITEURS** pendant leur séjour – enquête auprès des touristes : typologie, durée de séjour, mode d'hébergement, dépenses, sites visités, activités pratiquées, motivations, besoins et attentes satisfaits non satisfaits…
   - **AUTRES BESOINS** :
     - ✓ **Mesurer l'impact des activités touristiques sur les milieux naturels**, sur les structures sociales traditionnelles… exemple Parc Marin : impact des actions de sensibilisation aux patrimoines et bonnes pratiques sur le niveau de connaissance et les comportements des habitants
     - ✓ **Objectiver les pratiques de tourisme local et les loisirs, et leur poids** dans l'économie touristique régionale
     - ✓ **Connaître les projets des opérateurs** : réinvestissement, modernisation de leur offre, leur niveau d'intégration dans des démarches qualité/écoresponsabilité, leur niveau d'intégration des nouvelles technologies en matière de gestion clientèles, leur besoins en accompagnement, en nouvelles compétences, …
     - ✓ **Etudier certains types de clientèle**, nouveaux marchés potentiels
     - ✓ **Suivre l'image et la notoriété de Mayotte**, auprès de certains publics…

1. Créer un observatoire du tourisme

ACTION A MENER

DESCRIPTION DE L'ACTION

3. Concevoir un tableau de bord, véritable outil de pilotage

Il s'agit de regrouper dans un même outil, les résultats de différentes enquêtes :

Arrivées sur le territoire, Enquêtes hébergements (hôtels, campings, meublés, etc.), Comptages (billetterie, accueil à l'office de tourisme, etc.), Recensement des entrées auprès de sites touristiques,, Estimation des nuitées (ratios…), Baromètre de satisfaction, image, Enquêtes clientèles…

- **RECOUPER, ANALYSER LES DONNÉES**
  - Choisir des outils de visualisation de données croisées: courbes, graphiques, cartographies, infographies…
  - Repérer les incohérences et les biais possibles, par exemple les déclarations des hébergeurs sur le taux de remplissage de leurs établissements, et les déclarations des voyageurs sur leur mode d'hébergement et le nombre de nuitées…
  - Laisser parler les données tout en restant prudent sur leur interprétation
- **METTRE EN ÉVIDENCE LES CHIFFRES CLÉS ET LES ÉVOLUTIONS** des indicateurs dans le temps.
- **PERMETTRE UN USAGE PARTAGÉ** avec des collègues en interne et des partenaires à l'externe, par le choix adapté de la forme et du contenu
  - Le tableau de bord peut ainsi être développé assez facilement à l'aide d'un logiciel de bureautique classique de type Excel ou Access.
  - Pour un tableau de bord plus professionnel, il est possible de **faire appel des solutions métiers dites de Business intelligence** (ou analyse décisionnelle), avec des outils de type MyReport, BIME, QlikView, Tableau Software. Pour une bonne appropriation de ces outils, il est préférable de faire appel un partenaire technique (exemple de VisitData spécialisé dans le secteur du tourisme)

1. Créer un observatoire du tourisme

ACTION A MENER

DESCRIPTION DE L'ACTION

4. Synthétiser et publier

Note de conjoncture / « Baromètre » image perçue & image vécue / Synthèse des études complémentaires (à intégrer dans la prestation)

Quelques règles de conduite :

- *La non-diffusion des résultats individuels (respect de la confidentialité),*
- *La non-diffusion des résultats d'une enquête s'il y a moins de 3 répondants appartenant à la même activité professionnelle sur un territoire (respect de la confidentialité),*
- *L'accompagnement d'une note méthodologique (information qui donne du crédit aux résultats produits),*
- *La date du déroulement des enquêtes,*
- *La citation des sources utilisées et leurs dates*
- *L'arrondi des résultats (amélioration de la lisibilité des résultats).*

- **Envisager les possibilités de répondre à des besoins plus ciblés, des « commandes », de la part des partenaires.**

1. Créer un observatoire du tourisme

ACTION A MENER

RÉSULTATS ATTENDUS

- **Création d'outils et méthodes de collecte partagés et harmonisés, entre OTI et CDTM :**
  - Système d'Information Touristique partenarial
  - Tableau de bord partagé

- **Production d'une note de conjoncture annuelle** :
  - sur l'offre : aspect quantitatifs, mais aussi qualitatifs pour mettre en avant les démarche qualité, les initiatives de modernisation, les aménagements publics…
  - sur la fréquentation touristique : avec une approche des visiteurs extérieurs et une approche sur les loisirs des habitants, et pourquoi pas sur le tourisme émetteur

- **La mise en place de 3 enquêtes externalisées par an :**
  - Certaines peuvent être réalisées une année sur deux ce qui permet d'observer davantage de sujet,
  - Une synthèse devra systématiquement être publiée,
  - Certains sujets sont prioritaires / stratégiques, en lien avec le SRDTLM, et doivent faire l'objet d'une étude immédiate, puis être observés au moins tous les deux ans :
    - L'évaluation des besoins en FPC, en lien avec les démarche qualité, écoresponsabilité, écocertification (possibilité de partenariat avec le CARIF-OREF et l'ADIM)
    - L'évaluation de la durabilité du tourisme et des loisirs mahorais (possibilité de partenariats avec le Parc Marin à préciser)

- **La mise en place d'un process interne de suivi de l'image de Mayotte** auprès de certains publics cibles à définir

- **La fourniture de données à mi-parcours et à échéance du SRDTLM permettant son évaluation** : développement de l'offre, atteinte des objectifs qualitatifs (certification et FPC), atteinte des objectifs de fréquentation, amélioration de l'image et de la notoriété…

1. Créer un observatoire du tourisme

MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

Planning estimatif

- Fin 2020 : recrutement au sein de la nouvelle ADT, et mise en place des outils et process, formation des OTI, élaboration des CCTP
- 2021 : observation courante mise en place et études externalisée lancées, production d'une note de conjoncture
- 2022 : observation courante et externalisation mises en place, production d'une note de conjoncture et de 3 synthèses thématiques.
- 2023 : Idem + élaboration de la procédure d'évaluation de la mise en œuvre du SRDTLM
- 2024-2025 : Observation renforcée sur la certification et la formation
- 2026 : évaluation SRDTLM

Moyens et budget

- Recrutement d'un responsable (1 ETP) qualifié et expérimenté, en matière de statistiques (collecte et traitement) et d'analyse stratégique, et qui soit aussi force de négociation + une assistance administrative et financière (0,5 ETP), intégré au sein d'un « pôle Ingénierie »
- 1 référent dans chaque OTI, impliqué 2 j par mois pour la collecte et la transmission de données + participation à une formation
- Budget :
  - ETP = 70 000 € + frais de publication
  - Études externalisées = 200 000 € par an
  - Mise à disposition personnel OTI : 20 000 € (4 000 € par territoire)

MOA

- Pilotes : ADT et Département
- Partenaires : EPCI /OTI, ADIM, CARIF-OREF, INSEE, Parc Marin

Financement

- Département et EPCI
- Autres contributions : Etat ? Parc Marin? FEDER?

Evaluation et suivi

- Niveau d'adhésion des entreprises et partenaires dans la transmission de données, création des bases et tableaux
- Production effective des notes de conjoncture et des synthèses thématiques
- Production d'une première évaluation du SRDTL à 4/5 ans

Lien avec les autres actions

- Formation / qualité (suivi des besoins et engagements des entreprises)
- Organisation, faire évoluer le CDTM
- Propreté / sécurité (image de Mayotte)

Planning de mise en œuvre du plan d'actions « Observation – Evaluation »

PROJETS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Créer l'observatoire du Tourisme	*Recrutement et partenariats*	*Outils SIT et Cahier des charges*	*Tableau de bord et Note de conjoncture*	*Process Evaluation SRDTL*	*Evaluation cerification*	*Evaluation Formation Emploi*	*Evaluation SRDTL*	*Etude sectorielle*	*Etude sectorielle*	*Etude sectorielle*	*Evaluation SRDTL*
				Note de conjoncture	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*

Légende

- Montage, études et procédures
- Travaux et développement
- Livraison

III. PLANS D'ACTIONS

E/ MARKETING ET COMMUNICATION

Cf. Annexe : rapport Horizon Bleu de présentation du plan marketing et plan de communication

IV. SYNTHSE (PLANNING, PILOTAGE, BUDGETS D'INVESTISSEMENT)

Planning global*

Le tableau ci-contre précise le planning de mise en œuvre de chacune des actions des 4 volets présentés dans le document.

La majorité des actions doivent être réalisées à horizon 5 ans.

**Le planning du plan marketing est présenté dans le document joint.*

	OFFRES ET AMENAGEMENTS	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Hbgt	Piloter la création de **150 chambres d'hôtel à horizon 3-5 ans** (3 à 5 établissements écotouristiques de niveau 3* et plus), **500 chambres à horizon 10 ans**											
Activités vitrines	**Sport nature** : Aménager et équiper des sentiers terre-mer	*Boucles interco + Mont Choungui*	*Boucles intero + Charte départementale*	*Boucles interco + sentiers thématiques +*	*Boucles interco + sentiers thématiques +*	*Boucles interco + sentiers thématiques +*						
	Plages : Développer un plan plages pour développer le tourisme balnéaire	*Plan plages*	*Etudes pré-opérationnelles*	*Etudes pré-opérationnelles*	*Aménagements*	*Premières livraisons*						
	Lagon : Accompagner la structuration de pôles intercommunaux d'accueil d'activités liées au lagon	*Dispositif financier + 1ères réalisations*										
	Nature / Parfum : Redévelopper le jardin botanique de Coconi											
	Culture : Construire un plan de valorisation de certains patrimoines matériels et immatériels mahorais	*Etude*	*Etude*	*Premières opérations de mise en tourisme*								
	Culture / Art / Traditions mahoraires : Soutenir le développement de lieux d'animation communaux		*Lancement de l'appel à projet*									
	Convivialité : Développer la dimension touristique du front de mer de Mamoudzou		*Aménagements*	*Aménagements*	*Livraison aménagements et activités*							
	Croisière : Améliorer les conditions d'accueil et de visite des croisiéristes			*Aménagements*								
Expérience de visite	Garantir la **propreté** des principaux sites touristiques											
	Garantir l'accessibilité des hébergements et principaux sites touristiques											

	ORGANISATION TOURISTIQUE	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	Définir le rôle du Département et l'organisation touristique pour mettre en œuvre le Schéma											
	Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et de l'attractivité de la destination	*Etude*	*Evolution de la structure*	*Une structure compétente*								
	Développer le partenariat entre le Département et les EPCI	*Elaboration du conventionnement*			*Actualisation du conventionnement*			*Actualisation du conventionnement*			*Actualisation du conventionnement*	

	QUALITE / FORMATION / EMPLOI	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable	*Etude*	*Engagement et Plannification*	*Mise en œuvre et déploiement*	*Audit de certification*	*Evaluation, Ajustement*	*Engagement et Plannification*	*Mise en œuvre et déploiement*	*Certification (2ème vague)*	*Mise en œuvre et déploiement*	*Certification (3ème vague et rattrapage)*	*Evaluation*
	Développer l'offre de formation en lien avec l'écotourisme, la qualité et l'innovation	*Etude des besoins*	*Ingénierie pédagogique et formation Formateur*	*Formation*	*Formation*	*Formation*	*Evaluation / Etude des besoins*	*Ingénierie pédagogique et formation Formateur*	*Formation*	*Formation*	*Formation*	*Evaluation / Etude des besoins*
	Créer une communauté du tourisme à Mayotte	*Etude dde faisabilite Carte Pro Tourisme*	*Montrage des partenariat et animation de réseau*	*Salon des métiers*	*Montrage des partenariat et animation de réseau*	*Salon des métiers*	*Evaluation / Ajustements*	*Montrage des partenariat et animation de réseau*	*Salon des métiers*	*Montrage des partenariat et animation de réseau*	*Salon des métiers*	*Evaluation*

	OBSERVATION / EVALUATION	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	Créer l'observatoire du Tourisme	*Recrutement et partenariats*	*Outils SIT et Cahier des charges*	*Tableau de bord et Note de conjoncture*	*Process Evaluation SRDTL*	*Evaluation cerification*	*Evaluation Formation Emploi*	*Evaluation SRDTL*	*Etude sectorielle*	*Etude sectorielle*	*Etude sectorielle*	*Evaluation SRDTL*
					Note de conjoncture	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*	*Note de conjoncture*

Légende

- Montage, études et procédures
- Travaux et développement
- Livraison

Tableau de synthèse du pilotage des actions

PLAN D'ACTIONS		Pilote de l'action	Principaux partenaires impliqués dans la mise en œuvre de l'action				
			Département	ADT	EPCI	Communes	Autres partenaires
Volet 1 : OFFRES ET AMENAGEMENTS							
1	Piloter la création de 150 chambres à horizon 3-5 ans, 500 chambres à horizon 10 ans	EPFAM / Département	X	X	X	X	DEAL, CCIM, GEMTOUR, Adim
2	Sport nature : Aménager et équiper des sentiers terre-mer	Département et EPCI	X	X	X		Etat (DJSCS, DEAL), CDL, ONF, Office départemental du sport
3	Elaborer et mettre en œuvre un Plan plages	Département et EPCI		X			EPFAM, OTI, Concessionnaires privés, DEAL, DMSOI, Conservatoire du Littoral
4	Accompagner la structuration de pôles intercommunaux d'accueil d'activités liées au lagon	EPCI et communes	X		X	X	DRTM, DPTMT, DEAL/DMSOI, acteurs privés
5	Redévelopper le jardin botanique de Coconi	Département		X			Agripolis, OTI
6	Construire un plan de valorisation de certains patrimoines matériels et immatériels mahorais	Direction Culture et Patrimoine du Département	X		X	X	MUMA, Office culturel départemental, DAC, Conseil Cadial, CRESS, associations culturelles locales
7	Soutenir le développement de lieux d'animation communaux	Communes et EPCI	X		X	X	GAL
8	Développer la dimension touristique du front de mer de Mamoudzou	Département / Commune de Mamoudzou et CADEMA	X		X	X	Concessionnaire du port de plaisance et du ponton des croisiéristes, Etat, concessionnaire du marché couvert
9	Améliorer les conditions d'accueil et de visite des croisiéristes	Département et concessionnaire du port		X			OTI, en partenariat avec l'ADT sur l'accueil
10	Assurer la propreté des sites touristiques	EPCI et communes					Gestionnaires des sites de visite, acteurs privés
11	Garantir la bonne accessibilité des hébergements et principaux sites touristiques	EPCI, Département, Etat	X		X		
Volet 2 : ORGANISATION							
1	Définir le rôle du Département et ses partenariats pour mettre en œuvre le Schéma	Département					
2	Faire évoluer le CDTM pour en faire un outil de développement et d'attractivité de la destination	Département		X			OTI
3	Développer le partenariat entre le Département et les EPCI	Département	X		X		
Volet 3 : QUALITE, FORMATION ET EMPLOI							
1	Préparer la destination à une démarche de certification du tourisme durable	ADT		X			OTI et chambres consulaires, GEMTOUR
2	Développer l'offre de formation en rapport avec l'écotourisme, et notamment l'écoresponsabilité	ADT et Département	X	X			DIECCTE, Pôle-emploi, chambres consulaires, CARIF-OREF, autres groupements professionnels
3	Créer une communauté du tourisme à Mayotte	ADT					OTI (carte pro et salon), Pôle-emploi, chambres consulaires (salon), GEMTOUR
Volet 4 : OBSERVATION ET EVALUATION							
1	Créer un observatoire du tourisme	ADT et Département	X	X	X		OTI, ADIM, CARIF-OREF, INSEE, Parc Marin, Conservatoire du Littoral

Budget

- Le tableau ci-contre présente le programme d'investissements du SRDTLM pour les 5 années à venir.
- Il s'agit de montants d'investissements estimatifs, ayant pour objectif de donner aux maîtres d'ouvrage impliqués un ordre de grandeur de l'effort budgétaire à consentir dans les 5 prochaines années pour mettre en œuvre le Schéma.
- Il n'intègre pas les coûts d'études mentionnés dans chacune des fiches-action.
- Le taux d'intervention du Département est également estimatif, mais indique si le projet est majoritairement porté par le Département, ou par d'autres acteurs publics et/ou privés.

→ L'investissement total est estimé à environ 57 M€ HT pour les 5 années à venir.

→ Dont une part départementale d'environ 27 M€ HT.

(ces chiffres sont à horizon 5 ans; un investissement complémentaire est à prévoir pout atteindre les 500 chambres d'hôtel à horizon 10 ans; cf. dernière ligne du tableau de la rubrique Hébergements).

Programme d'investissement du SRDTLM sur la période 2020-2025 (Hors charge de personnel et fonctionnement, hors études)				Objectifs à 5 ans	Besoin Autre (Autofinancement / Autres dispositifs d'aide)
Hébergements	**Nombre chambres**	**Montant de l'investissement**	**Taux d'intervention Département**	**Montant subvention Département**	**Montant**
Ecolodges (coût moyen par chambre 110 000€)	**50**	5 500 000 €	40%	2 200 000 €	3 300 000 €
Hôtels (coût moyen par chambre 100 000€)	**100**	10 000 000 €	30%	3 000 000 €	7 000 000 €
Sous total		15 500 000 €	**34%**	**5 200 000 €**	**10 300 000 €**
A horizon 10 ans, un investissement supplémentaire total de 36M€ HT est à prévoir pour atteindre 500 chambres (100 ecolodges, 250 chambres d'hôtel supplémentaires), ce qui nécessiterait un montant de subvention complémentaire du Département d'environ 12M€					
Activités vitrines	**MOA**	**Montant de l'investissement**	**Taux d'intervention Département**	**Montant subvention Département**	**Montant**
Sport Nature	EPCI	2 000 000 €	50%	1 000 000 €	1 000 000 €
Plages	EPCI	5 000 000 €	50%	2 500 000 €	2 500 000 €
Pôles lagon	EPCI	3 000 000 €	30%	900 000 €	2 100 000 €
Jardin Coconi	PPP	2 500 000 €	100%	2 500 000 €	0 €
Plan Mise en tourisme des Patrimoines	Département /Etat	3 000 000 €	30%	900 000 €	2 100 000 €
Lieux d'animation communaux	EPCI / Communes / Associations / Privés	2 000 000 €	40%	800 000 €	1 200 000 €
Front de mer de Mamoudzou	PPP	8 000 000 €	30%	2 400 000 €	5 600 000 €
Croisière	Département / CDTM	500 000 €	100%	500 000 €	0 €
Propreté des sites		AD			
Accès aux sites	Département / EPCI	8 000 000 €	50%	4 000 000 €	4 000 000 €
Sous total		**34 000 000 €**	**46%**	**15 500 000 €**	**18 500 000 €**
ADT (acquisition de matériel et prestations)		**Montant de l'investissement**	**Taux d'intervention Département**	**Montant subvention Département**	**Montant**
Observation-Evaluation		1 500 000 €	100%	1 500 000 €	0 €
Qualité Formation Emploi		00:00	25%	500 000 €	1 500 000 €
Plan Marketing		4 000 000 €	100%	4 000 000 €	0 €
Sous total		**7 500 000 €**	**80%**	**6 000 000 €**	**1 500 000 €**
TOTAL		**57 000 000 €**	47%	**26 700 000 €**	

V. GLOSSAIRE

Glossaire

- ADIM : Agence de Développement et d'Innovation de Mayotte
- ADT : Agence de Développement Touristique
- AMO : Assistance à Maîtrise d'Ouvrage
- CCI : Chambre de Commerce et d'Industrie
- CD : Conseil Départemental
- CDESI : Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires
- CDL : Conservatoire du Littoral
- CDTM : Comité Départemental du Tourisme de Mayotte
- CFPPA : Centre de Formation Professionnelle et de Promotion Agricole
- CMA : Chambre de Métiers et de l'Artisanat
- CRESS : Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire
- DAAF : Direction de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt
- DAC : Direction des Affaires Culturelles
- DAUPT : Direction de l'Aménagement, de l'Urbanisme et de la Planification Territoriale
- DDEI : Direction Développement Economique et Innovation (Département)
- DEAL : Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (Etat)
- DIECCTE : Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi
- DGE : Direction Générale des Entreprises
- DJSCS : Direction de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale (Etat)
- DMSOI : Direction de la Mer Sud Océan Indien (Etat)
- DPTMT : Direction des Ports, des transports maritimes et terrestres (Département)
- DRTM : Direction des Ressources Terrestres et Maritimes (Département)
- DSP : Délégation de Service Public
- EPCI : Etablissement Public de Coopération Intercommunale
- EPFAM : Etablissement Public Foncier et d'Aménagement de Mayotte
- EPT : Equivalent Temps Plein
- FEADER : Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
- FEDER : Fonds Européen de Développement Régional
- FSE : Fonds Social Européen
- GAL : Groupe d'Action Locale
- GEMTOUR : Groupement des Entreprises Mahoraises du Tourisme
- GR : Grande Randonnée
- HCR : Hôtellerie, Commerce, Restauration
- NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
- ONF : Office National des Forêts
- OTI : Office de Tourisme Intercommunal
- RSMA : Régiment du Service Militaire Adapté
- SAR : Schéma d'Aménagement Régional
- SGAR : Secrétariat général pour les affaires régionales
- SIT : Système d'Information Touristique
- SRDTLM : Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs de Mayotte

Contact

Stéphane DURAND – Directeur et Associé
Horwath HTL France
6, rue Dunois
75013 Paris
sdurand@horwathhtl.com