



DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE : OT CENTRE-OUEST

Année 2024



La communauté de communes du Centre-Ouest a lancé en 2020 une étude sur le potentiel de développement économique de son territoire. Parmi les axes de développement, le tourisme semble être un secteur porteur à structurer, développer et valoriser. L'étude faite par le cabinet Cittanova affirme le fort potentiel de développement économique du Centre-Ouest via le secteur touristique. Malgré cela l'étude reste incomplète et nécessite d'être approfondie. Elle ne donne pas des orientations claires sur la structuration, le développement et la valorisation des filières touristiques.

L'urgence pour l'office de tourisme de la 3CO est d'avoir une feuille de route sur le court, moyen et long terme avec des axes de priorité validés. Cela permettra de mettre en place au fil du temps les actions nécessaires afin de dynamiser ce secteur. Il devient de ce fait nécessaire et urgent de d'obtenir un diagnostic touristique pointu avec des orientations stratégiques et un plan d'actions.

De plus le territoire de la 3CO n'englobe que 10% des hébergements marchands de Mayotte. Le manque de foncier ne permettant pas de se projeter sur des projets hôteliers d'envergure. De ce fait, il est indispensable de pouvoir développer l'hébergement chez l'habitant type gîte, chambre d'hôtes ou meublé touristique. C'est une action qui devra s'inscrire sur le schéma de développement touristique de la 3CO, mais devient urgent à décliner.

1) MISE EN PLACE D'UN SCHEMA D'ORIENTATION STRATEGIQUE : SCHEMA INTERCOMMUNAL DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA 3CO

a- Approfondissement du diagnostic territorial

Ce schéma permettra en premier lieu de :

- Disposer d'un plan d'actions opérationnel et directement exploitable afin de favoriser un développement touristique en cohérence avec les axes stratégiques prédéfinis dans le schéma de développement économique.
- Compléter le précédent diagnostique réalisé par la 3CO afin d'obtenir un recensement exhaustif de l'ensemble des infrastructures touristiques existantes sur le territoire (hébergement, restauration, activités de loisirs, culturelles et sportives).
- D'avoir une retranscription cartographique interactive avec géoréférencement de l'offre. Elle permettra notamment de tirer des premiers enseignements quant à l'écosystème local, de façon plus visuelle ;

- D'estimer la demande en termes de fréquentation du territoire et de ses infrastructures mais aussi comprendre la composition de la clientèle et les marchés cibles ;
- Réaliser un benchmark pour identifier les écueils à éviter et détecter des bonnes pratiques pouvant être adaptées, dans le cadre d'une stratégie de développement touristique efficiente.
- Analyser le potentiel de création de nouveaux établissements touristiques sous un double prisme, celui de la disponibilité foncière et immobilière (terrain, bâti, affaire à reprendre) et celui du potentiel d'hybridation d'usages ou activités existantes (agrotourisme, hébergement chez l'habitant, tiers lieux, etc.)

b- Définition des axes stratégiques et préconisations

Les objectifs recherchés sont de :

- Définir des axes de développement prioritaires ;
- Challenger les orientations stratégiques envisageables
- Validation de la signature touristique de la 3CO, son image de marque : tourisme durable/tourisme vert.

Cette phase est importante, car elle donne une orientation par rapport à :

- La définition des besoins en termes d'aménagements touristiques aussi bien en matière de sites, d'hébergements, de loisirs, que de restauration
- Comprendre le marché touristique, ses tendances et en matière de consommation et d'investissement afin de ne conserver uniquement que les hypothèses réalisables et cohérentes avec la réalité du territoire.

c- Déclinaison du programme d'actions opérationnel

Objectifs :

- Mettre en valeur le territoire, ses avantages compétitifs et ses solutions d'accueil ;
- Définir et articuler un plan d'actions structuré par thématique, inscrit dans un calendrier clair et doté d'une gouvernance efficace ;
- Rédaction de fiches d'actions budgétisées.

Il s'agira de définir un plan d'action détaillé et budgétisé par filière. Ces derniers seront hiérarchisés en fonction de leur pertinence et du cadre d'urgence établie en amont.

Budget :

Missions	Budget
Phase 1 : Approfondissement du diagnostic territorial	3 TP
Lancement et cadrage de la mission	2 550,00 €
Analyse de l'offre et de la demande touristique	3 800,00 €
Benchmark de territoires voisins et/ou similaires	2 550,00 €
Etude de potentiel	5 730,00 €
Diagnostic territorial préliminaire et réalisation d'une analyse SWOT	2 290,00 €
Phase 2 : Définition des axes stratégiques et préconisations	3 TP
Définition des besoins en termes d'aménagements touristiques	2 650,00 €
Identification des pistes de développement envisagées	5 820,00 €
Phase 3 : Rédaction du plan d'actions opérationnel	3 TP
Définition d'un plan d'actions structuré et détaillé par thématique	10 300,00 €
Total	35 690,00 €

2) L'HABITANT AU CŒUR DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Comme évoquer en amont, seul 10% des hébergements marchands sont recensés sur le territoire du Centre-Ouest. Or, l'hébergement est la première de dépense pour un touriste. C'est ce qui déclenche de manière générale la décision finale pour se rendre sur une destination. Mais le manque de fonciers et d'investisseurs font que Mayotte dans sa globalité souffre d'un manque de lits marchands. Il devient dès lors crucial d'accroître le nombre de lits touristiques marchands sur l'ensemble du territoire la 3CO de manière quantitative et qualitative en impliquant les habitants.

Se loger chez l'habitant nous semble être une solution qui répond :

- À la spécificité du territoire ;
- Elle se mesure aisément ;
- Elle peut être réalisable dans le court et moyen terme ;

- Une ressource disponible et adaptée au contexte de Mayotte ;
- Sa mise en place peut se quantifier dans l'espace et le temps.

Il faudra au préalable :

- Faire une étude de marché et d'opportunité
 - o Création d'un questionnaire en ligne dont la publicité pourra être réalisée par l'Office de Tourisme de la 3CO, les réseaux sociaux, la presse locale etc.
 - o Prise de contact directe (échanges téléphoniques)
 - o Etude et analyse des résultats
- Communication et sensibilisation auprès des habitants de la 3CO dans l'optique de fédérer la population locale autour de la nouvelle démarche et insuffler une dynamique autour de la démarche ;
- Définir le potentiel de développement de cette nouvelle filière dans l'écosystème touristique de la 3CO ;
- Evaluer le potentiel touristique de cette nouvelle filière auprès des habitants
- Recueillir des premiers retours quant à leurs attentes et leurs besoins et identifier des premières marques d'intérêt ;
- Mettre en place une phase test dans laquelle :
 - o Coconstruire une stratégie opérationnelle de développement de l'hébergement chez l'habitant ;
 - o Accompagner le développement de projets test et la sélection d'un premier groupe de porteurs de projets parmi les habitants prêt à se lancer dans la démarche.
- Elaboration d'un plan guide opérationnel des différentes étapes à amorcer : Chaque étape sera par la suite classée selon un ordre de priorité dans le temps, sur une échelle allant « d'actions à très court terme » à « actions à long terme »
- Suivi de la démarche via un tableau de bord :
 - o Evaluation via les KPIs mise en place
 - o Réajustement et correction

Une fois les porteurs de projets sélectionnés, il faudra pouvoir :

- Former les futurs socio-professionnels et ainsi adapter les thématiques d'hospitalité touristique aux primo-entrepreneurs ;
- Mettre en place d'un tableau de suivi opérationnel des porteurs de projets (avancement des démarches, des demandes d'aides, relances à réaliser etc.)

Budget :

Missions	Ressources humaines		Budget
	Chef de projets	Chargé de mission	
Phase 1 : Etude de marché et d'opportunité			
Réunion de cadrage et de lancement de la mission	460,00€	360,00€	820,00€
Etude "flash" de marché pour évaluer le potentiel de développement de la filière	460,00€	1 080,00€	1 540,00€
Test marché auprès des habitants (incluant une enquête en ligne et diffusion multicanal)	920,00€	1 440,00€	2 360,00€
Analyse des résultats et identification des premières marques d'intérêt	460,00€	1 080,00€	1 540,00€
Phase 2 : Accompagnement à la professionnalisation de la filière			
Benchmark de démarches similaires	230,00€	1 440,00€	1 670,00€
Définition des conditions nécessaires au bon développement de la filière et à la bonne mise en œuvre d'une telle démarche	920,00€	1 080,00€	2 000,00€
Elaboration d'un "plan guide" opérationnel des différentes étapes à amorcer	460,00€	720,00€	1 180,00€
Communication autour du projet et sensibilisation des habitants	920,00€	2 160,00€	3 080,00€
Organisation d'un événement dédié au lancement de la démarche	920,00€	1 440,00€	2 360,00€
Identification et sélection d'un groupe test mature et prêt à se lancer dans la démarche	460,00€	2 880,00€	3 340,00€
Formation spécifique à destination des porteurs de projets	1 840,00€	1 440,00€	3 280,00€
Total	8 050,00 €	15 120,00 €	23 170,00 €

3) BUDGET GLOBAL :

Charges	Montants	Produits	%	Montants
Schéma d'orientations stratégiques	35 690,00 €	Communauté de Communes du Centre-Ouest	20%	11 772,00 €
Développer l'hébergement touristique	2 3170,00 €	La Banque des territoires	80%	47 088,00 €
Total	58 860,00€	Total	100%	