

## Stratégie durable du « tourisme des îles Wallis et Futuna »

<b>1</b>	<b>Introduction.....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Le cadre et le contexte du tourisme à Wallis et Futuna.....</b>	<b>2</b>
2.1	<i>Le cadre institutionnel de métropole et du Territoire.....</i>	<i>2</i>
2.1.1	Le Code du tourisme et les offices de tourisme.....	2
2.1.2	Les communes touristiques.....	2
2.1.3	Le cadre institutionnel dans le Territoire de Wallis et Futuna.....	3
2.2	<i>L'étude Atout France : le contexte du secteur touristique.....</i>	<i>3</i>
2.3	<i>L'étude Atout France : les recommandations.....</i>	<i>5</i>
2.4	<i>Les tables rondes tourisme - 2017.....</i>	<i>7</i>
2.5	<i>Le tourisme dans les stratégies de développement de Wallis et Futuna.....</i>	<i>7</i>
<b>3</b>	<b>Les objectifs et actions de la stratégie de tourisme à Wallis et Futuna.....</b>	<b>8</b>
3.1	<i>Objectifs.....</i>	<i>8</i>
3.2	<i>Le plan d'action – mesures immédiates.....</i>	<i>9</i>
3.2.1	Fiche action - Recrutement de VSC Tourisme et développement des filières.....	12
3.2.2	Fiche action – Elaboration du projet touristique des deux îles.....	13
3.2.3	Fiche action - Organiser la visite des croisiéristes du Ponant en septembre 2018.....	14
3.2.4	Fiche action – Aménager les sites touristiques : balisage, aménagements.....	15
3.3	<i>Le plan d'action – mesures à 1- 2 ans.....</i>	<i>16</i>
3.3.1	Fiche action – Elaborer le catalogue-produit de la destination Wallis et Futuna.....	17
3.3.2	Fiche action – Structurer une offre de produits et d'expériences touristiques.....	18
3.3.3	Fiche action – Accompagner le développement raisonné et qualitatif de l'offre d'hébergement.....	19
3.3.4	Fiche action – Appui aux financements du secteur touristique.....	20
3.3.5	Fiche action – Etude du transport maritime de passagers.....	21
3.4	<i>Le plan d'action – mesures à moyen terme.....</i>	<i>22</i>
<b>4</b>	<b>Conclusion.....</b>	<b>23</b>

## 1 Introduction

Les élus du Territoire de Wallis et Futuna ont retenu pour le tourisme un développement raisonné respectueux de la tradition. Cette décision a été traduite dans la stratégie de développement durable 2016-2030 adoptée en janvier 2016 dans laquelle le tourisme raisonné est l'une des orientations stratégiques du développement économique durable et local.

Le présent projet de stratégie du tourisme des îles Wallis et Futuna reprend ces orientations et se base largement sur l'excellente étude réalisée par Atout France en décembre 2015.

La période à venir, caractérisée par la perspective en 2018 de l'arrivée de l'internet à très haut débit dans les deux îles, d'une meilleure desserte aérienne, et du navire de croisière de la compagnie du Ponant est propice à une impulsion nouvelle du secteur tourisme.

## 2 Le cadre et le contexte du tourisme à Wallis et Futuna

### 2.1 Le cadre institutionnel de métropole et du Territoire

#### 2.1.1 Le Code du tourisme et les offices de tourisme

L'organisation de l'activité touristique en France est réglementée par le Code du tourisme, dont l'organisation locale relève de la responsabilité des collectivités. L'article L133-3 du Code du tourisme fixe les missions habituelles d'un **office de tourisme** :

- L'office de tourisme assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique du Territoire.
- Il coordonne les interventions des divers acteurs et partenaires du développement touristique local.
- Il peut être chargé de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique locale du tourisme notamment pour l'élaboration des services touristiques, l'organisation et/ou l'animation des loisirs, l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles, les études.
- Il peut être consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques.

#### 2.1.2 Les communes touristiques

L'article L133-14 du Code du tourisme fait le lien entre tourisme et développement durable.

Il précise que le classement d'une commune en « **commune touristique** » a pour objet :

- D'encourager et de valoriser la mise en œuvre d'un projet tendant à stimuler la fréquentation touristique pérenne au travers de la gestion des actions et de la mise en valeur des ressources naturelles, patrimoniales ou d'animation culturelle ou sportive.
- De favoriser .... la réalisation d'actions ou de travaux d'équipement et d'entretien relatifs à l'amélioration des conditions d'accès, de circulation, d'accueil, d'hébergement, de séjour, à l'embellissement du cadre de vie, au tourisme de séminaires et d'affaires

ou de découverte économique, industrielle et technologique, à la conservation des monuments et des sites, aux créations et animations culturelles et aux activités physiques et sportives, à l'assainissement et au traitement des déchets.

### **2.1.3 Le cadre institutionnel dans le Territoire de Wallis et Futuna**

Le décret n°57-811 du 22 juillet 1957, relatif aux attributions de l'assemblée territoriale, du conseil territorial et de l'administrateur supérieur des îles Wallis-et-Futuna, attribue dans son article 40 alinéa 26 la compétence sur la politique du tourisme à l'Assemblée territoriale. Au sein de cette assemblée, c'est la commission de la jeunesse et des sports, du tourisme et de l'insertion professionnelle qui examine les questions relatives au tourisme.

Au niveau administratif, le secteur se trouve sous la responsabilité du Service des affaires économiques et du développement (AED).

Cependant de nombreux services sont impliqués dans les activités liées au tourisme :

- Le Service territorial des affaires culturelles (STAC) est actif en matière de recherche et de communication sur l'histoire et la culture des îles Wallis et Futuna, et organise des visites guidées sur site tant à Wallis qu'à Futuna.
- Le SCOPPD est en charge de la préparation des stratégies de développement.
- Le Service territorial de l'agriculture, la forêt, la pêche encadre et favorise la production de spécialités agricoles locales qui sont appréciées des touristes.
- Les circonscriptions et les chefferies organisent la propreté des lieux, la signalisation, et la mobilisation des associations et de la population dans l'organisation d'événements culturels, festifs ou touristiques.
- Le Vice-Rectorat forme les jeunes aux métiers de la cuisine et du restaurant dans la section hôtelière du lycée d'Etat.
- La CCIMA comporte dans ses attributions la promotion du tourisme et porte le projet de créer un office de tourisme dans le Territoire.

## **2.2 L'étude Atout France : le contexte du secteur touristique**

L'étude réalisée par Atout France<sup>1</sup> en décembre 2015 a fait un excellent diagnostic, identifié les faiblesses et les potentialités du tourisme à Wallis et Futuna dans le cadre de sa situation dans le Pacifique Sud.

Le rapport d'Atout France et ses trois annexes sont détaillés et volumineux avec 269 pages :

- Le rapport principal (83 pages)
- L'annexe 1, benchmark des destinations touristiques du Pacifique Sud (121 pages)
- L'annexe 2, focus sur la croisière de plaisance (35 pages)
- L'annexe 3, catalogue des produits à compléter (30 pages).

---

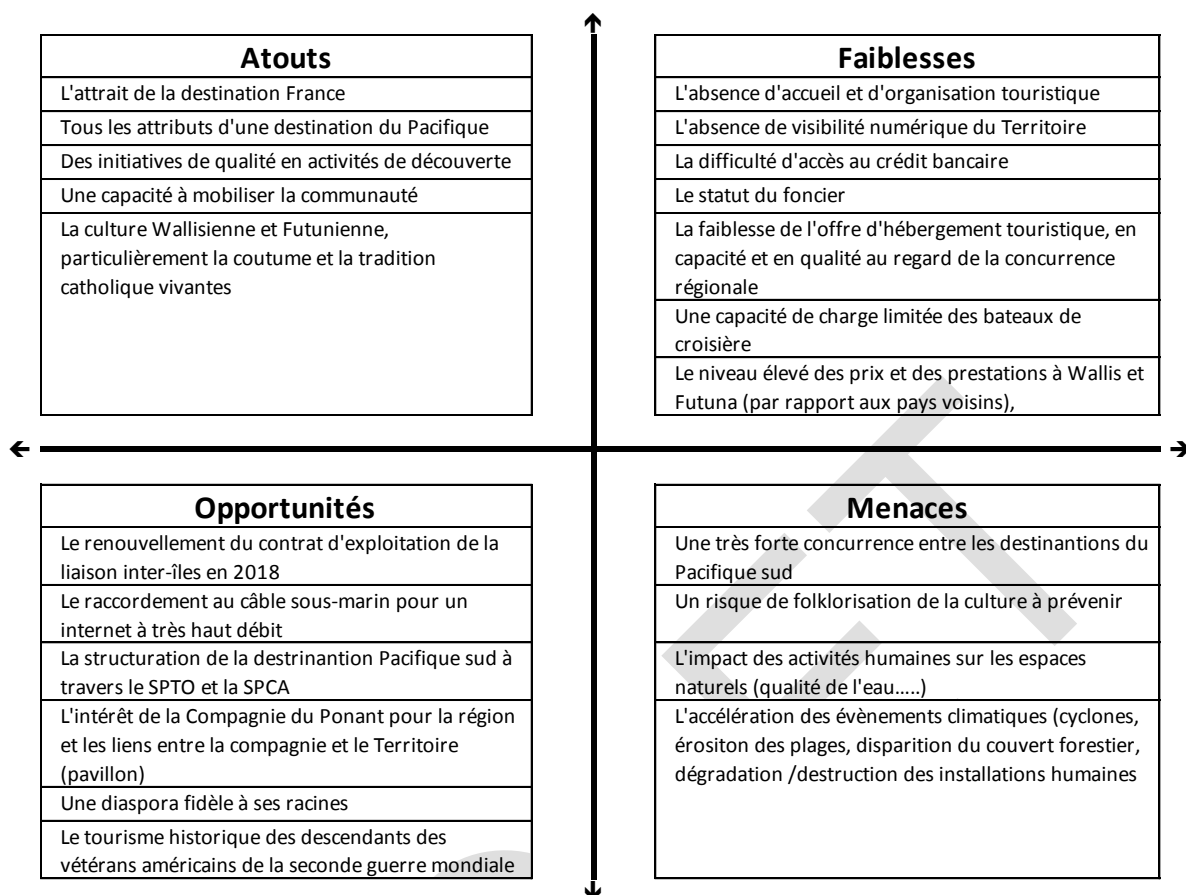
<sup>1</sup> Le groupement d'intérêt économique "Atout France, agence de développement touristique de la France", est placé sous la tutelle du ministre chargé du tourisme



En reprenant les principales caractéristiques mises en lumière par l'étude d'Atout France, il convient de mentionner les principaux éléments du diagnostic qui a été formulé du point de vue touristique :

- Wallis et Futuna est un Territoire français isolé au milieu du Pacifique ;
- Le Territoire a un mode de fonctionnement spécifique conciliant les normes du droit français et les règles de la coutume ;
- Le Territoire a un lien particulier avec la Nouvelle-Calédonie ;
- Le Territoire est confronté à une forte émigration qui concerne particulièrement la population jeune ;
- L'économie de Wallis et Futuna dépend fortement des transferts publics et des recettes douanières ainsi que des transferts de la diaspora. Elle a les caractéristiques d'une micro-économie insulaire : autoconsommation, étroitesse du marché, prix élevés, dépendance aux importations, à l'emploi et à la consommation publique ;
- La fréquentation des îles Wallis et Futuna est faible et se segmente ainsi :
  - Le tourisme affinitaire (diaspora wallisienne et futunienne, amis de résidents)
  - Le tourisme d'affaires (fonctionnaires et salariés en mission)
  - Très peu de touristes de loisirs (moins de 100 par an),
  - Quelques plaisanciers en escale,
  - 1 à 2 escales à la journée de paquebots de petite taille par an.
- Le Territoire a une offre et une capacité d'hébergement touristique limitée, avec 4 hôtels à Wallis et 2 à Futuna disposant respectivement de 56 et 19 chambres. Avec les studios, auberges, gîtes et chambres d'hôtes, le nombre total de lits touristiques s'élève à 213, ce qui offre peu de marges de manœuvre pour d'accueil supplémentaire.

Le secteur touristique est caractérisé par l'analyse AFOM suivante :



D'après l'étude Atout France, 2015

**Le niveau élevé des prix des transports aériens a été cité par les participants aux « tables rondes tourisme » comme l'obstacle majeur des activités touristiques dans le Territoire.**

### 2.3 L'étude Atout France : les recommandations

L'étude Atout France a proposé une stratégie de développement d'un tourisme raisonné à Wallis et Futuna qui repose sur 6 objectifs :

#### **Objectif n°1 Structurer l'organisation touristique**

Le développement du tourisme à Wallis et Futuna nécessitera l'affirmation de la volonté des instances de gouvernance des deux îles de soutenir le développement du tourisme. Cette volonté devra se traduire notamment par la désignation d'un chef de projet dédié au tourisme et dont la mission, validée et soutenue par toutes les instances, sera de coordonner l'action et de la piloter.

#### **Objectif n° 2 Formaliser l'offre touristique**

L'offre en produits et expériences touristiques, aujourd'hui limitée, nécessite d'être clairement identifiée et formalisée afin d'être mieux commercialisée mais aussi pouvoir nourrir l'attractivité du territoire et rassurer sur la densité d'expériences

### **Objectif n°3 Travailler à la visibilité de la destination**

La création d'outils de communication et d'information est primordiale. Aujourd'hui le territoire ne dispose d'aucun outils de communication (brochure papier ou numérique), ni même d'un site internet pour se présenter comme une destination. Or Internet est devenu incontournable dans la préparation et la réservation d'un voyage.

### **Objectif n°4 Organiser l'accueil touristique**

Le développement du tourisme à Wallis et Futuna nécessite un travail sur plusieurs fondamentaux du tourisme dont l'accueil des visiteurs (en séjour ou en escale).

### **Objectif n° 5 Accompagner le développement de l'offre**

L'offre en hébergement est aujourd'hui limitée et en décalage avec les attentes des clientèles de loisirs. L'amélioration de l'offre d'hébergement, en qualité d'abord pour répondre aux marchés cibles, puis en quantité, est indispensable pour le développement touristique des deux îles. Mais le développement de l'offre d'hébergement doit se faire de manière maîtrisée afin d'éviter la création et la multiplication d'une offre inadaptée et la mise en péril de l'offre existante.

### **Objectif n° 6 Observer l'activité touristique**

La connaissance de l'activité touristique et l'observation quantitative et qualitative des clientèles en séjour sur les deux îles sont nécessaires pour comprendre le fonctionnement de l'activité (saisonnalité, enjeux économiques, motivations des clientèles, mode de réservation, type de consommation...), adapter l'offre et les actions à mener au fur et à mesure du développement touristique mais aussi mesurer le résultat des actions entreprises.

Ces 6 objectifs se traduisent par un plan d'action de 14 actions, dont 13 actions relèvent d'un office de tourisme :

1. Recruter un chef de projet tourisme
2. Elaborer le projet touristique des deux îles
3. Elaborer le catalogue-produit de la destination WF
4. Structurer une offre de produits et d'expériences touristiques
5. ....
6. Définir des référentiels pour les activités touristiques
7. Créer des documents d'information et un site internet
8. Développer un plan d'actions pour chercher les clientèles
9. Créer un site de découverte, de vente, d'information et de réservation
10. Faire de chaque acteur un ambassadeur et un accueillant
11. Maintenir une offre hôtelière en capacité et en qualité (labels)
12. Développer l'offre d'hébergement alternatif en qualité
13. Aménager les sites touristiques : balisage, signalétique, aménagements
14. Créer un outil d'observation de la fréquentation touristique

Une action peut être mise en œuvre rapidement :

5. Développer une gamme de produits artisanaux pour la clientèle touristique : lancer une réflexion avec le Conseil territorial des femmes sur la création d'une gamme de produits (petits objets, nappes, tee-shirts, confitures...) fabriqués localement.

## **2.4 Les tables rondes tourisme - 2017**

Quatre tables rondes ont été organisées avec les opérateurs du tourisme les 22, 29 et 30 mai à Wallis et le 13 septembre à Futuna pour identifier les progrès possibles rapidement en attendant la création d'un office de tourisme.

Ces réunions ont réuni un total de 52 personnes (élus, chefs de services, opérateurs privés du secteur tourisme, commerçants et chefs d'entreprises, responsables associatifs et culturels, porteurs de projets) et porté sur les thèmes de (1) la coordination de la profession et des métiers du tourisme ; (2) la communication ; (3) l'accueil, l'hébergement et les activités.

Il en ressort les conclusions suivantes :

- 1) Le prix élevé du transport aérien est un frein considérable aux activités touristiques.
- 2) Il y a dans le Territoire des acteurs très actifs dans le tourisme.
- 3) Une coordination d'ensemble est nécessaire aussi la mise en place d'un office de tourisme est une priorité.
- 4) La CCIMA a le projet de créer un office de tourisme et s'organise pour assurer dès à présent son rôle de coordinateur des professions du tourisme. Des réunions périodiques (mensuelles) entre les acteurs du tourisme sont organisées à Wallis et ont été décidées à Futuna.
- 5) Orange WF, qui assure le maintien du site internet Loina, accepte d'élargir ce site aux acteurs touristiques par des liens internet pointant sur les sites des opérateurs.
- 6) Un webmaster devrait être recruté pour développer et maintenir la visibilité et l'attractivité touristique de Wallis et Futuna.
- 7) Le financement des investissements touristiques devrait être facilité (hébergements).

## **2.5 Le tourisme dans les stratégies de développement de Wallis et Futuna**

Un « tourisme durable et raisonné » figure parmi les opportunités de création d'emplois et de richesses du Territoire de Wallis et Futuna et trouve sa place dans de nombreuses stratégies :

- Stratégie de développement durable 2016-2030 : Le tourisme est cité parmi les orientations stratégiques notamment la première orientation, le développement économique au sein duquel figure, parmi d'autres leviers, un tourisme raisonné et durable, respectueux des coutumes et des traditions.
- Stratégie territoriale pour l'innovation : Le tourisme fait partie des domaines d'innovation à soutenir, pour la réalisation de nouveaux modes d'hébergement ou d'activités.
- Plan pluriannuel de développement durable du secteur primaire : L'activité touristique peut se combiner avec une activité agricole ou artisanale, que ce soit pour les hébergements alternatifs en milieu traditionnel que pour le débouché de produits locaux.
- Ouverture des lignes aériennes : Les avions qui assureront les nouvelles lignes et dessertes doivent atteindre un niveau de remplissage correct, sinon les opérateurs vont réduire ou annuler les fréquences. L'apport d'un petit nombre de touristes dans chaque vol peut aider à maintenir dans la durée le bénéfice de l'amélioration des transports aériens.

- Stratégie sectorielle de développement numérique : La création d'un site web du Territoire profite à la population, aux entreprises, aux investisseurs et porteurs de projets, mais aussi aux touristes potentiels.

### **3 Les objectifs et actions de la stratégie de tourisme à Wallis et Futuna**

Le projet de stratégie de tourisme :

- est aligné sur les orientations décidées par les élus,
- rejoint les préconisations de l'étude Atout France,
- et tient compte des observations des opérateurs formulées lors des réunions de table ronde.

#### **3.1 Objectifs**

Les objectifs de la stratégie de tourisme visent à consolider l'organisation du secteur touristique à Wallis et Futuna et à consolider, augmenter de manière raisonnée et progressive la création de richesses et les emplois liés ou induits par le tourisme.<sup>2</sup>

**L'objectif global** de la stratégie de tourisme est de **contribuer au développement durable du Territoire.**

**L'objectif spécifique** de la stratégie de tourisme est **d'augmenter de manière raisonnée la fréquentation touristique, source de richesse et d'emplois durables.**

Le plan d'action de la stratégie de tourisme est défini en **trois phases** :

- (i) les mesures immédiates ;
- (ii) les actions à organiser dans le court terme (1 à 2 ans) ;
- (iii) les actions de moyen terme.

<sup>2</sup> En effet, l'activité touristique est très diffuse et profite à de nombreux secteurs : Outre les activités directes d'hébergement, restauration, transports et loisirs, elle profite également aux commerçants, artisans, agriculteurs et pêcheurs, bâtiments et travaux publics, prestataires de services, à travers la consolidation de leur activité.



### 3.2 Le plan d'action – mesures immédiates

Quelques mesures peuvent être mises en œuvre immédiatement compte tenu du contexte et des structures existantes, en lien avec les projets de la CCIMA de création d'un office de tourisme, dont la réalisation nécessite un travail de préparation.

Les mesures immédiates visent à rendre opérationnelles un certain nombre d'actions déjà étudiées pour lesquelles il manque soit une décision, soit une coordination, soit un financement relativement limité

Les mesures immédiates améliorent la visibilité du Territoire pour les touristes potentiels, renforcent la coordination des acteurs et valorisent les opportunités d'hébergement, de restauration, d'activités et de loisirs. Leur mise en œuvre ne nécessite pas de financement important et devrait pouvoir être financé par le budget du Territoire : L'embauche d'un (ou deux) chargés de tourisme représente 82% du total de la charge financière des mesures immédiates

n° action Atout France	Action
1.	Recruter un chef de projet tourisme
5.	Développer une gamme de produits artisanaux pour la clientèle touristique
7.	Créer des documents d'information et un site internet
2.	Elaborer le projet touristique des deux îles
xx	Organiser la visite des croisiéristes du Ponant en septembre 2018
13.	Aménager les sites touristiques : balisage, signalétique, aménagements

Les actions n° 1, 5, 7 préconisées par Atout France peuvent être regroupées et confiées à un chargé de mission tourisme - un dans chaque île - dont le recrutement est envisagé par la CCIMA (cf la fiche action ci-après).

Le chargé de mission tourisme travaillera pour la coordination des acteurs, la préparation du projet de création d'un office de tourisme, la mise en place d'un site web pour la communication touristique et la vente par internet de produits artisanaux locaux.

Le contrat de VSC tourisme est limité à un an, mais il sera envisageable de poursuivre le travail en nouant d'autres contrats de même nature par la suite.

S'il est possible de recruter deux chargés de mission, un dans chaque île, on peut orienter l'un davantage vers la coordination entre les opérateurs, et l'autre vers le site web.

Tâches du chargé de Tourisme	2018				2019				2020			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Coordination / information entre les opérateurs du tourisme	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Recensement des hébergements, restaurants, loisirs, culture, etc....	■	■			■		■		■		■	
Recensement des évènements, fêtes et de leur calendrier	■	■				■		■		■		■
Recensement des produits artisanaux de WF vendus à distance		■	■		■		■		■		■	
Mise au point cartes et plans téléchargeables			■				■				■	
Mise au point des messages et informations vers l'extérieur			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Création d'un système de vente par le web				■								
Création d'une plateforme web Wallis et Futuna				■	■							
Mise à jour régulière de la plateforme web Wallis et Futuna					■	■	■	■	■	■	■	■
Etude, modalités, organisation d'un futur office de tourisme	■	■			■	■	■					
Mise en place de l'office de tourisme et délivrance des services									■	■	■	■

### **Elaborer le projet touristique des deux îles**

L'élaboration du projet touristique des îles Wallis et Futuna (ainsi que son actualisation éventuelle) dans une structure de type "Conseil territorial du tourisme" vise à établir un consensus entre les responsables administratifs, coutumiers, professionnels et associatifs.

Les projets qui sont portés à ce niveau devraient pouvoir se mettre en place plus aisément et contribuer ainsi au développement d'un tourisme durable et raisonné.

### **Accueil du Ponant - 2018**

Une autre action est à organiser immédiatement, l'accueil des croisiéristes du Ponant le 26 septembre à Futuna et les 27 et 28 septembre 2018 à Wallis, en concertation avec la société UMS qui a missionné un agent permanent dans ce but (cf fiche action).

Les 250 passagers attendus seront les ambassadeurs de Wallis et Futuna pour susciter l'intérêt de visiter le Territoire auprès de leurs proches, familles, voisins.

### **Aménager les sites touristiques**

Cette action est à préparer dans le très court terme en vue de la visite des croisiéristes du Ponant en septembre 2018. Cependant la poursuite d'un entretien régulier constitue un facteur de succès du développement touristique.

Les fiches action présentées ci-dessous constituent la trame du travail à réaliser immédiatement par les acteurs administratifs, la CCIMA, et le chargé de mission tourisme.

PROJET

### 3.2.1 Fiche action - Recrutement de VSC Tourisme et développement des filières

Action	<b>Recrutement VSC Tourisme et développement des filières</b>							
Objectifs	Favoriser le développement d'un tourisme raisonné créateur de richesses et le développement des filières de produits locaux issus de l'artisanat local.							
Résultats attendus	1) La coordination entre acteurs du tourisme améliore la visibilité du Territoire en matière touristique avec des retombées économiques sur l'activité et l'emploi. 2) Augmentation importante de vente de produits artisanaux locaux.							
Activités	<p>Recrutement d'un VSC "<u>chargé de mission tourisme et développement des filières</u>" pour 12 mois ayant la double compétence tourisme et développement de filières de produits locaux, chargé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'organisation et la coordination de la profession en matière de tourisme et la centralisation des informations en matière d'accueil, hébergement, activités, loisirs ;</li> <li>• L'appui aux structures du Territoire pour l'élaboration du dossier de création d'un office de tourisme ; recherche de subventions.</li> <li>• La promotion de la destination Wallis et Futuna et des produits artisanaux,</li> <li>• L'appui au développement des filières locales de production et de vente des produits artisanaux fabriqués localement</li> <li>• La création et mise à jour d'une plateforme internet (1) "Tourisme à Wallis et Futuna" et (2) "Promotion et vente en ligne de produits de l'artisanat local" avec (3) l'acquisition des noms de domaine internet.</li> </ul>							
Porteur du projet	CCIMA							
Bénéficiaires	Le Territoire, les entreprises existantes, les artisans et producteurs locaux, les touristes potentiels							
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement : Territoire	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
	Indemnités, Avion, bagages missions		60	60				120
	Serveur informatique		3					3
	Brochures, photos, noms de domaine		5	3				8
	Total		68	63				131
Remarques	<p>Cette fiche reprend les actions 1, 5, 7 préconisées par Atout France</p> <p>Ce projet rejoint les objectifs de la stratégie de développement durable 2016-2030, et ceux de la stratégie sectorielle numérique.</p> <p>Le chargé de mission apporte un bénéfice immédiat aux opérateurs du tourisme et aux producteurs d'artisanat et de produits locaux du Territoire.</p> <p>Il aidera à poser les premiers jalons d'un futur Office de tourisme: statuts, mission et tâches, organisation, moyens nécessaires, plan de financement et recherche de subventions</p> <p><i>NB : L'augmentation de la fréquentation touristique est indispensable pour remplir les avions suite aux futures conventions de service aérien en 2018, afin de consolider et pérenniser les nouvelles liaisons et fréquences.</i></p>							

### 3.2.2 Fiche action – Elaboration du projet touristique des deux îles

Action	<b>Elaboration du projet touristique des deux îles</b>							
Objectifs	Proposer aux autorités du Territoire le projet touristique des deux îles, suivre son évolution, et rechercher un consensus sur les activités prioritaires							
Résultats attendus	Un schéma de développement touristique est élaboré avec le soutien de tous les acteurs du secteur Le schéma de développement touristique pourra être actualisé périodiquement							
Activités	<p>Créer un groupe de travail de type "Conseil territorial du tourisme" qui réunit les représentants des chefferies, des élus, des services de l'Etat, des associations artisanes et des professionnels du tourisme. Sa mission est de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guider, soutenir et valider les actions proposées par le chargé de mission tourisme</li> <li>• Réfléchir aux solutions et projets relatifs au développement du tourisme</li> <li>• Sensibiliser la population et les acteurs locaux sur les sujets et actions prioritaires du développement du tourisme</li> <li>• Proposer des projets, des solutions ou des décisions susceptibles de développer le tourisme (par exemple l'adhésion du Territoire aux organismes de promotion touristique du Pacifique : SPTO et CPCA)</li> <li>• Ce groupe de travail se réunit une fois par trimestre et produit un compte rendu transmis aux autorités du Territoire et à la CCIMA.</li> </ul>							
Porteur du projet	CCIMA							
Bénéficiaires	La clientèle touristique ; Le Territoire par les retombées touristiques induites par							
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
	Territoire							
	Pas de frais supplémentaire							
	Total							
Remarques	<p>cf Etude Atout France, action n°2.</p> <p>Les améliorations de confort, propreté, signalétique et services disponibles à Wallis et Futuna profitent également aux habitants ainsi qu'aux touristes de passage.</p>							

### 3.2.3 Fiche action - Organiser la visite des croisiéristes du Ponant en septembre 2018

Action	<b>Organiser la visite des croisiéristes du Ponant en sept 2018</b>							
Objectifs	Favoriser le développement d'un tourisme raisonné créateur de richesses et le développement des filières de produits locaux issus de l'artisanat local.							
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les acteurs institutionnels, professionnels et associatifs se sont coordonnés pour mettre au point le programme et les détails</li> <li>• Les croisiéristes apprécient leur découverte des îles du Territoire et deviennent des ambassadeurs de la destination</li> </ul>							
Activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Etablir un comité d'organisation actif dans chaque île</b>, interlocuteur de la Compagnie le Ponant.</li> <li>• Elaborer le programme détaillé des animations proposées lors des escales le 26 Septembre 2018 à Futuna et les 27 et 28 septembre à Wallis, en concertation avec la compagnie le Ponant (prix, réservation, ... ) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escale si possible à quai</li> <li>• Visites guidées culturelles, historiques, architecturales ; Visites guidées de sites (agricoles, innovations, métiers traditionnels remarquables....)</li> <li>• Manifestations sportives, religieuses, théâtrales, fêtes, repas avec cuisine traditionnelle ;</li> <li>• Conférence culturelle ou historique (sur le bateau)</li> <li>• Conférence sur l'attractivité économique et fiscale du Territoire</li> </ul> </li> <li>• Organisation des transports (autocars, taxis)</li> <li>• Mobilisation de guides et de traducteurs Anglais-Français</li> <li>• Guichet unique administration / formalités / renseignements</li> <li>• Propreté des villages et des propriétés ; programme jardin fleuri</li> <li>• Aménagement des sites (panneaux explicatifs, toilettes), signalisation</li> <li>• Brochures EN/FR,</li> <li>• Points de vente des produits artisanaux (marchés éphémères); Organisation du change (EUR, USD, AUD) et des prix dans ces monnaies ;</li> <li>• Mobilisation des services de sécurité, santé, secours, banque....</li> </ul>							
Porteur du projet	Le(s) comité d'organisation ; l'ensemble des services et acteurs							
Bénéficiaires	La clientèle touristique ; Le Territoire par les retombées touristiques induites.							
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement Territoire	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
	Transports		3					3
	Matériels, stands		6					6
	Propreté et divers		5					5
	Total		14					14
Remarques	De retour dans leur pays, les croisiéristes seront les ambassadeurs de l'intérêt de visiter les îles des Wallis et Futuna.							

### 3.2.4 Fiche action – Aménager les sites touristiques : balisage, aménagements

Action	Aménager les sites touristiques : balisage, signalétique, aménagements							
Objectifs	Assurer l'accessibilité, la valorisation et la sécurité des sites remarquables du Territoire							
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les visiteurs sont satisfaits de la fréquentation et l'environnement naturel est préservé</li> </ul>							
Activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélectionner les sites devant être aménagés ou balisés</li> <li>• Aménager les sites (sentiers d'accès, panneaux explicatifs en français et anglais, toilettes, bancs, signalisation, etc...)</li> <li>•</li> </ul>							
Porteur du projet	CCIMA - Office de tourisme ; les circonscriptions ; les chefferies ; le diocèse ;							
Bénéficiaires	La clientèle touristique ; Le Territoire par les retombées touristiques induites.							
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement Territoire	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
	Aménagements, balisage		10	3				13
	Total		10	3				13
Remarques	<p>Cf Etude Atout France, action n°13.</p> <p>Outre le programme d'aménagement financé sur le budget de l'Etat et réalisé par les TP, il s'agit de disposer d'un budget pour répondre aux aménagements divers, urgents ou imprévus qui requièrent une réponse rapide.</p> <p>Après la visite du Ponant, l'entretien et la maintenance, la propreté sont à organiser, et leur financement à assurer dans la durée.</p> <p>L'aménagement des sites renforce les témoignages de satisfaction que les visiteurs véhiculeront à leur entourage.</p>							

### 3.3 Le plan d'action – mesures à 1- 2 ans

n° action Atout France	Action
3.	Elaborer le catalogue-produit de la destination WF
4.	Structurer une offre de produits et d'expériences touristiques
12.	Accompagner le développement raisonné et qualitatif de l'offre d'hébergement
xx	Appui aux financements du secteur touristique
xx	Etude du transport maritime de passagers

Ces actions nécessitent un travail de préparation minutieux, de nombreuses concertations avec les acteurs du secteur tourisme et les spécialistes d'autres secteurs et un budget encore relativement modeste.

Le (les) chargé(s) de tourisme sont chargés de les mettre en œuvre en liaison avec les autorités du Territoire.

Le soutien aux hébergements est nécessaire pour répondre aux très faibles capacités d'accueil, ainsi que l'appui aux financements.

En outre il convient de réfléchir aux solutions pouvant relier les deux îles par voie maritime, entre elles et aussi avec les îles des pays voisins (Fidji, Samoa).

Il résulte de ces actions une amélioration considérable de la visibilité et de l'attraction touristique du Territoire vis-à-vis de la clientèle potentielle.

L'amélioration de la fréquentation touristique ouvre la perspective d'accroissement de l'offre d'hébergement (notamment à Futna), et la consolidation des activités de l'ensemble du secteur, avec les retombées induites sur les autres secteurs en termes de création de richesse et d'emplois.



### 3.3.1 Fiche action – Elaborer le catalogue-produit de la destination Wallis et Futuna

Action	<b>Elaborer le catalogue-produit de la destination Wallis et Futuna</b>							
Objectifs	Diffuser les informations sur les activités et évènements touristiques de Wallis et Futuna en vue de faciliter la visite de la clientèle potentielle							
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'offre d'activités et services touristiques est répertoriée et diffusée, qui facilite la préparation de la visite de la clientèle potentielle</li> </ul>							
Activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recensement des offres d'accueil, hébergement, activités, loisirs, culture avec les éléments de confort, dates, et prix</li> <li>• Les rubriques à présenter sont (cf l'annexe 3 de l'étude atout France) : Présentation de la destination Wallis et Futuna ; Comment y aller ; Hébergement et restauration ; Culture et patrimoine vivant ; Patrimoine historique ; Les activités de loisirs, de pleine nature, ilots et forêts ; Idées de séjour ; adresses utiles</li> <li>• Une version en français et une version en anglais</li> </ul>							
Porteur du projet	CCIMA - Office de tourisme							
Bénéficiaires	La clientèle touristique ; Le Territoire par les retombées touristiques induites.							
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement : Territoire	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
	Coûts de traduction		1	3				4
	Total		1	3				4
Remarques	<p>Cf Etude Atout France, action n°3.</p> <p>Le catalogue-produit sera préparé par le chargé de tourisme, avec une première version disponible au téléchargement au bout de la première année de travail.</p>							

### 3.3.2 Fiche action – Structurer une offre de produits et d'expériences touristiques

Action	<b>Structurer une offre de produits et d'expériences touristiques</b>								
Objectifs	Elargir l'offre à des activités de découverte d'expériences spécifiques du Territoire en combinant les offres et spécificités : (agriculture et arts culinaires, pêche et dégustation, nature et artisanat).								
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'offre touristique est élargie à des activités impliquant l'activité de nouvelles catégories de personnes</li> </ul>								
Activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recensement des offres pouvant se combiner et constituer un centre d'intérêt pour le tourisme de découverte, culturel, historique</li> <li>• Etablir entre les acteurs les conditions d'accueil, coordination, calendrier, facturation</li> <li>• Alimenter le catalogue-produits</li> <li>• Formuler les offres en français et en anglais</li> </ul>								
Porteur du projet	CCIMA - Office de tourisme								
Bénéficiaires	La clientèle touristique ; Le Territoire par les retombées touristiques induites.								
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement : Territoire	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total	
	Mission d'études		1	3				4	
	Total		1	3				4	
Remarques	<p>Cf Etude Atout France, action n°4.</p> <p>Le catalogue-produit sera étoffé d'offres nouvelles qui valoriseront les savoir-faire de nouveaux acteurs du secteur tourisme.</p> <p>NB : Cette action est déjà en cours de montage par une agence touristique nouvellement installée en 2017 qui mérite un soutien.</p>								

### 3.3.3 Fiche action – Accompagner le développement raisonné et qualitatif de l'offre d'hébergement

Action	<b>Accompagner le développement raisonné et qualitatif de l'offre d'hébergement</b>							
Objectifs	Développer la capacité d'accueil de visiteurs et touristes dans les deux îles							
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'offre est améliorée en qualité et en capacité pour les différents modes d'hébergement : hôtels, gîtes et chambres chez l'habitant, communautés.</li> </ul>							
Activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise au point en partenariat avec la CCI de Nouvelle-Calédonie de la définition d'un cahier des charges des différents modes d'hébergement, notamment l'hébergement typiquement Wallisien ou Futunien.</li> <li>Appui pour la préparation des projets de création, extension ou d'amélioration d'hébergements</li> <li>Délivrance d'un certificat de qualité aux projets conformes au cahier des charges pour faciliter les subventions (CTI) ou les financements.</li> <li></li> </ul>							
Porteur du projet	CCIMA - Office de tourisme							
Bénéficiaires	La clientèle touristique ; Le Territoire par les retombées touristiques induites.							
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement : Territoire	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
	Frais divers		1	1				2
	Total							
Remarques	<p>Cette action reprend l'étude Atout France, action n°12, en y incluant la capacité d'hébergement en hôtel qu'il convient d'étendre et de renforcer, surtout à Futuna.</p> <p>La clientèle visée est surtout touristique, mais peut également concerner (i) l'hébergement des familles de Wallisiens et de Futuniens en visite, et (ii) l'hébergement adapté aux attentes des créateurs d'entreprises désireux de s'implanter dans le Territoire une fois que l'internet à très haut débit aura été déployé.</p>							

### 3.3.4 Fiche action – Appui aux financements du secteur touristique

Action	Appui aux financements du secteur touristique							
Objectifs	La fréquentation touristique est augmentée suite à la réalisation de projets touristiques							
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter l'accessibilité aux financements pour les projets touristiques bancables, notamment l'hébergement hôtelier ou alternatif.</li> <li>•</li> </ul>							
Activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conseiller et aider les porteurs de projets dans la préparation de leur projet, en relation avec le CFE</li> <li>• Vérifier la faisabilité commerciale : quelles sont les perspectives de clientèle future</li> <li>• Délivrer une attestation en vue de faciliter l'accès aux financements</li> <li>•</li> </ul>							
Porteur du projet	CCIMA - Office de tourisme ;							
Bénéficiaires	Les investisseurs et porteurs de projets touristiques.							
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
	Territoire							
	Missions		2					5
	Abondement		50					50
	Total		52					52
Remarques	<p>Des financements existent dans le Territoire sous forme de subvention (CTI), aide aux fonds propres ou garantie de crédits bancaires, et de nouvelles formes d'appui aux financements sont à l'étude.</p> <p>Le chargé de Tourisme, en collaboration avec le CFE (Centre de formalités des entreprises) en projet, pourra orienter les porteurs de projets vers les financements adéquats et aider à la constitution des dossiers.</p> <p>Le Territoire pourrait créer un fonds pour abonder le financement des projets touristiques augmentant les capacités et/ou la qualité d'hébergement.</p> <p>Fort impact sur la création de richesses et les emplois durables.</p>							

### 3.3.5 Fiche action – Etude du transport maritime de passagers

Action	Relancer une étude du transport maritime de passagers							
Objectifs	Désenclaver les deux îles par la création de lignes régulières de transport maritime de passagers							
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'offre de transport s'étoffe à un nouveau mode de transport qui augmente le nombre de visiteurs</li> <li>• Tous les secteurs économiques profitent de cette ouverture</li> <li>•</li> </ul>							
Activités	<p>A partir des études précédentes notamment l'Étude de 2014 sur la desserte maritime et aérienne de la CPS, le chargé Tourisme devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vérifier auprès des opérateurs du tourisme l'existence et la taille de la demande de ce type de transport.</li> <li>• Etudier les opportunités auprès des compagnies maritimes représentées dans le Territoire</li> <li>• Vérifier les règlements portuaires applicables à Mata'Utu et à Leava</li> <li>• Rédiger un état des lieux / note d'opportunité du transport maritime pour le secteur du tourisme à Wallis et Futuna.</li> </ul>							
Porteur du projet	CCIMA - Office de tourisme							
Bénéficiaires	La clientèle touristique ; Le Territoire par les retombées touristiques induites.							
Coût et sources de financement (k€)	Source de Financement Territoire	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Total
	Frais divers préliminaires		2					2
	Total							
Remarques	<p>L'ouverture du transport maritime accompagne et renforce le désenclavement numérique (internet très haut débit) et l'ouverture des lignes aériennes.</p> <p>Les îles concernées sont Wallis, Futuna, Fidji et Samoa.</p> <p>Le transport maritime peut être mixte (passagers et fret) et profiter à toute la population et à l'ensemble des secteurs économiques du Territoire.</p> <p>NB : Il s'agit d'une étude préliminaire, qui vise essentiellement à mettre en lumière les évolutions et perspectives récentes. Elle ne couvre pas l'étude de faisabilité qui sera réalisée par les organismes professionnels spécialisés</p>							

### 3.4 Le plan d'action – mesures à moyen terme

Ces actions à moyen terme rejoignent les missions traditionnelles d'un office de tourisme, et ne pourront se réaliser que lorsqu'une telle structure aura été créée ou un chargé de mission tourisme embauché durablement.

n° action Atout France	Action
6.	Définir des référentiels pour les activités touristiques
8.	Développer un plan d'actions pour chercher les clientèles
9.	Créer un site de découverte, de vente, d'information et de réservation
10.	Faire de chaque acteur un ambassadeur et un accueillant
11.	Maintenir une offre hôtelière en capacité et en qualité (labels)
14.	Créer un outil d'observation de la fréquentation touristique

Dans le moyen terme, les actions prévues ci-dessus augmentent la qualité et l'attractivité touristique du Territoire des îles Wallis et Futuna.

Les fiches action et le développement de ces activités seront élaborées par le Chargé de mission tourisme selon les directives du Conseil territorial du tourisme.

La réalisation de ces actions nécessite la mobilisation de professionnels du tourisme agissant dans le cadre de l'Office de tourisme.

Les projets seront développés en fonction de leur impact sur la création de richesses et d'emplois, dans le cadre d'un tourisme durable et raisonné.

#### 4 Conclusion

Le développement d'un tourisme raisonné respectueux de la tradition est une évolution qui est diffuse et concerne beaucoup de secteurs d'activité dans le Territoire, d'où la nécessité de sa structuration préalable de ce secteur, notamment par la création d'un office de tourisme.

Le développement de ce secteur est cohérent avec les évolutions et les améliorations attendues dans un proche avenir : déploiement du très haut débit, ouverture des lignes aériennes. Il contribue à renforcer ces évolutions qui profitent à la population et aux entreprises du Territoire.

Le moment est opportun pour développer le tourisme qui pourra ainsi contribuer aux objectifs de consolider ou créer des emplois et ainsi augmenter la création de richesse.

Il convient en premier de cheminer vers la première étape de création d'un Office de tourisme, par l'embauche d'un chargé de tourisme qui développera les différentes actions et réglera les nombreux détails.

Le coût estimatif des mesures (immédiates et 1-2 ans) 2018 s'élève à 11.350 millions de FCFP en 2018 et pour 15.170 millions de FCFP en 2019.

La principale mesure est l'embauche d'un (deux) chargé(s) de tourisme, à qui les diverses tâches de coordination, communication, promotion seront confiées.

Il en résultera une augmentation de la production de richesses et des emplois durables.