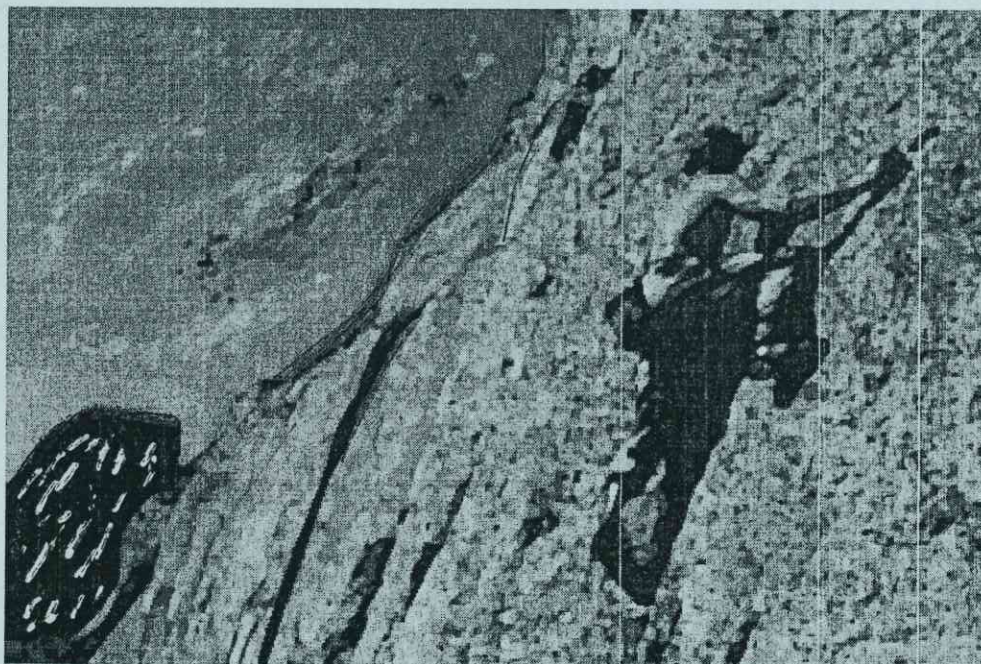


ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

ATELIER « SPORT ET TOURISME »

7 SEPTEMBRE 2002

DOCUMENT DE SYNTHÈSE



COMITÉ RÉGIONAL OLYMPIQUE ET SPORTIF DE LA RÉUNION
CONSEIL DE LA CULTURE, DE L'ÉDUCATION ET DE L'ENVIRONNEMENT

ATELIER « SPORT ET TOURISME »

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

TABLE DES MATIÈRES

SYNTHÈSE DE L'ATELIER.....	4
Aménagement.....	4
Événementiel.....	4
Adaptation de l'offre à la demande.....	5
Formation.....	5
 SPORT, TOURISME, ENVIRONNEMENT ET SOCIÉTÉ.....	 6
Introduction : Essai de définition et de problématisation.....	6
L'évolution du sport et du tourisme.....	7
L'évolution du sport.....	7
L'évolution du tourisme.....	7
Le tourisme sportif.....	8
Définition.....	8
Un marché segmenté.....	8
Les enjeux du tourisme sportif par rapport au développement local et durable.....	9
Prospective du Tourisme sportif.....	12
Diagnostic du tourisme sportif à La Réunion.....	13
 SPORT, TOURISME ET ÉCONOMIE.....	 16
Rappel de l'objectif	16
Un peu d'histoire.....	17
I. La Réunion, 20 ans de tourisme.....	18
II- Vers un diagnostic des territoires de pratiques sportives de pleine nature : Le parcours se dessine	21
La loi sur le sport.....	21
Le sport en France métropolitaine.....	22
Des outils de développement	22

ATELIER « SPORT ET TOURISME »

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Conséquences au plan National- Régional	23
Niveau National.....	23
Niveau Régional.....	23
L'échelle territoriale infra-régionale.....	24
 III -IMPACT ÉCONOMIQUE DU SPORT	25
Une approche de « l'étude de la Région ».....	25
La pratique des activités physiques et sportives	25
La dépense sportive des collectivités locales	25
L'emploi des activités de sport	25
La pratique sportive aux horizons 2005 et 2010	27
Un complément nécessaire : les activités de pleine nature ou tourisme sportif ?	28
Activités de pleine nature: les loisirs !	28
Des indicateurs intéressants : Une tendance à confirmer.....	32
Les recettes du tourisme extérieur ⁴	32
 CONCLUSION	34
Une nouvelle définition du sport.....	34
Une approche possible ?.....	34
Importance des facteurs de notoriété, d'image, des actions de communication, etc.....	35
Pour gagner les futures rencontres, des suggestions possibles. ..	35
 Liste des propositions (non classées).....	37
Propositions issues de la première séquence.....	37
Propositions issues de la seconde séquence.....	38

PRÉSENTATION DE L'ATELIER

Dans le cadre des Assises du Sport à La Réunion organisées par le Comité Régional Olympique et Sportif les 7 et 8 septembre 2002 à l'Université de La Réunion, le Conseil de la Culture, de l'Éducation et de l'Environnement a animé l'atelier « Sport et Tourisme ».

Sous la présidence de Jean-Yves LANGLOIS, cet atelier, qui a réuni 36 personnes offrant une représentation assez large des acteurs touristiques et sportifs, s'est proposé de traiter les problématiques suivantes :

- **Sport, tourisme, environnement et société.** Cette première séquence a été introduite par un exposé de Olivier BESSY de l'UFR STAPS du Tampon.
- **Sport, tourisme et économie.** Fernand PAYET, Directeur adjoint de la Maison de la Montagne a assuré l'exposé introductif de cette seconde séquence.

Les participants ont noté avec satisfaction l'inscription de cet atelier au sein des Assises du Sport. Il s'agit peut-être là d'une première dans la relation entre le tourisme et le sport à La Réunion. Toutefois, on ne peut que regretter l'absence remarquée des élus politiques dans cet atelier.

Chacune des séquences a été suivie d'un débat dont les éléments marquants, essentiellement en terme de propositions pour l'avenir, ont été repris dans la synthèse. Cette dernière, réalisée conjointement par Jean-Yves LANGLOIS, Olivier BESSY, Fernand PAYET, Mickaël MAILLOT, Olivier BENATON et Jean-Charles SERAPHINE, a été présentée lors de la séance plénière.

SYNTHÈSE DE L'ATELIER

Les échanges au sein de l'atelier « Sport et tourisme » ont permis la prise en compte d'une nouvelle perception du sport. Ce dernier ne trouve plus seulement sa justification en lui-même, mais également à travers un certain nombre d'enjeux (économiques, socio-culturels, identitaires, territoriaux, écologiques, éducatifs, politiques, patrimoniaux, ...) auxquels il participe en relation avec les différents acteurs concernés. Le tourisme sportif doit être envisagé dans un dispositif global allant du transport à l'hébergement, en passant par la restauration, la pratique sportive elle-même et sa promotion.

Le développement du tourisme sportif s'inscrit dans la perspective du concept du développement durable défini à travers les quatre dimensions suivantes :

- ♦ dimension environnementale ;
- ♦ dimension économique ;
- ♦ dimension sociale ;
- ♦ dimension éthique.

AMÉNAGEMENT

Les politiques d'aménagement dans une perspective de développement local doivent être harmonisées et structurées en fonction des particularismes territoriaux : respect du patrimoine, rééquilibrage des zones, ouverture au plus grand nombre, diversification des formes de pratique, cohabitation des différents publics en évitant les conflits d'usage, sécurisation et accessibilité des sites concernés.

Il convient donc de maintenir et de conforter les activités existantes en favorisant l'émergence d'espaces sportifs structurants (dynamisme et pérennité du tissu économique dans sa globalité).

ÉVÉNEMENTIEL

La conception d'un événement sportif doit véhiculer une image positive de la destination. A travers cette action, il est fondamental de garantir la qualité et l'originalité du produit touristique proposé : accueil, animation, découverte,...

Dans ce cadre, il est important de souligner la nécessité d'une professionnalisation en

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

matière de conception, gestion, communication, ...

ADAPTATION DE L'OFFRE À LA DEMANDE

Les prestataires de service doivent inscrire leur démarche dans une stratégie marketing qualitative et innovante (étude de marché et de faisabilité, politique de produit, de prix, de distribution et de communication,...). Cette exigence ne peut être concevable sans la collaboration de l'ensemble des acteurs.

FORMATION

La mise en œuvre de cette entreprise ambitieuse ne peut être envisagée sans une formation de qualité à tous les niveaux :

- ♦ compétence technique d'encadrement et d'animation ;
- ♦ compétence en matière de conception et de gestion ;
- ♦ compétence culturelle sur le patrimoine et l'environnement de proximité.

L'ensemble des intervenants sont concernés par cet objectif. Plus encore, ils se doivent de pouvoir y faire face dans les plus brefs délais.

Parmi les freins de l'environnement extérieur sur le développement du tourisme sportif, on peut citer entre autres :

- ♦ la desserte aérienne. Au regard de cette situation, la diversité des dessertes aériennes doit être un impératif pour notamment assurer le développement du tourisme sportif.
- ♦ l'absence de stratégie touristique globale. La mise en place d'un observatoire du sport d'une part et d'un observatoire du tourisme d'autre part apparaît comme un type d'outil indispensable pour y remédier.

En conséquence, une réelle volonté politique commune doit porter l'ensemble de ces opérations.

SPORT, TOURISME, ENVIRONNEMENT ET SOCIÉTÉ

INTRODUCTION : ESSAI DE DÉFINITION ET DE PROBLÉMATISATION

Nous sommes en présence de deux termes polysémiques, aux sens multiples et aux représentations disparates selon les acteurs. Ce sont aussi des secteurs qui ont beaucoup évolué ces dernières années. Ils méritent par conséquent quelques éclaircissements.

La conjonction de coordination « et » signifie qu'une articulation existe, que ces deux concepts entretiennent des relations, mieux qu'une véritable synergie est souhaitable (tourisme sportif).

Mais les relations entre sport et tourisme demeurent assez mal connues en raison de la diversité des projets sportifs et des formes de tourisme, de la multiplicité des enjeux, de la diversité des lieux et des acteurs (institutionnels, territoriaux, marchands,...). Beaucoup d'idées reçues et d'opacité règnent encore.

Nous faisons l'hypothèse qu'il existe depuis quelques années des relations nouvelles entre sport et tourisme, sur un plan général comme à l'échelle locale réunionnaise. Notre objectif dans l'atelier de ce matin est de bien comprendre ces nouvelles relations afin de dégager des propositions d'amélioration du tourisme sportif à la Réunion en essayant de nous projeter dans le futur (dimension prospective).

Je me propose donc de manière très succincte d'introduire le débat en amorçant :

- une réflexion sur l'évolution du sport et du tourisme dans la société (au niveau de l'offre et de la demande) ;
- une analyse des enjeux du tourisme sportif dans la perspective du développement local et durable d'une région ;
- un diagnostic du tourisme sportif à La Réunion.

L'ÉVOLUTION DU SPORT ET DU TOURISME

L'évolution du sport

Une offre sportive inédite

Se concrétisent à travers un processus de diversification :

- des finalités (réponses à différents projets)
- des pratiques sportives
- des espaces sportifs
- des événements sportifs

Une nouvelle demande sportive

- plus massive (83% des français déclarent pratiquer une APS d'après INSEP-MJS 2000)
- majoritairement auto-organisée (les deux tiers)
- plus socialement diffusée (plus féminine, plus âgée, plus populaire)
- caractérisée par de nouveaux besoins

De nouveaux enjeux

Le sport ne trouve plus seulement sa justification en lui-même mais également à travers un certain nombre d'enjeux (économiques, socio-culturels, identitaires, territoriaux, écologiques, éducatifs, politiques,...) auxquels il participe en relation avec les différents acteurs concernés.

L'évolution du tourisme

Définition : Nous entendons ici tourisme au sens de la définition recommandée par l'organisation mondiale du tourisme : « les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel et dont le motif principal est autre que d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité ».

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

- Il représente un marché important et en expansion constante (exception en 2001)
- La consommation touristique est de plus en plus personnalisée, elle est aussi un moment privilégié de construction de son identité
- Il se décline en six grands secteurs : tourisme d'agrément, tourisme culturel, tourisme industriel, tourisme d'affaire, tourisme affinitaire, tourisme sportif

LE TOURISME SPORTIF

Définition

On parle de tourisme sportif lorsque :

1. Le choix d'un séjour dans une région autre que la sienne est conditionné par la pratique d'une activité physique et sportive (APS) dans un espace naturel +ou – aménagé (parcours rando, VTT, canyoning ,...) ou par la participation à une manifestation sportive renommée (médoc, Grand Raid). Dans ce cas elle structure une destination. Il s'agit de pratiquants sportifs ± confirmés qui choisissent leur voyage en fonction d'un loisir corporel spécifique.
2. Le choix d'une destination est principalement guidé par la découverte d'une région et que les touristes s'adonnent de manière ponctuelle et variée à une APS avec comme objectif de retrouver la forme, de vivre quelques sensations fortes ou de partager une activité ludique en famille ou entre amis. Ce sont des butineurs qui picorent dans l'offre locale de loisirs. Dans ce cas, le sport est plus ou moins constitutif du produit acheté.

Il peut se décliner aussi en un tourisme extérieur et un tourisme local

Un marché segmenté

- tourisme de découverte (randonnées à pied, à cheval, en VTT....)
- tourisme ludique (morey,surf,plongée, parapente,...)
- tourisme extrême : vertigineux (escalade, canyoning, VTT, parapente, plongée, planche, surf,.) énergétique (marathons,triathlons,grand raid)

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

- tourisme de la forme (baignade, thermes, gym, aquagym,...)
- tourisme golfique
- tourisme lié à la pêche et à la chasse

Les enjeux du tourisme sportif par rapport au développement local et durable

Les enjeux économiques : Ils sont majeurs car sans le développement économique les autres composantes perdent une partie de leur intérêt. Le tourisme sportif favorise un dynamisme économique. Il participe à la valorisation des ressources locales. Il est générateur de devises et s'apparente à un véritable gisement d'emplois (intéressant/au chômage). Il peut constituer un facteur d'économie solidaire. Il génère aussi des retombées économiques indirectes pour le commerce local. Limites à envisager compte tenu du contexte concurrentiel.

Les enjeux territoriaux : le développement des loisirs sportifs et les multiples espaces et événements associés participent à une dynamique spatiale qui débordent le seul fait sportif et pose la question des enjeux territoriaux.

Ils concernent l'aménagement harmonieux du territoire à travers notamment la création d'espaces ou d'événements structurants qui contribuent à fixer des populations, à revaloriser des régions (urbain/rural-hauts/bas), à rééquilibrer les territoires (centre-périphérie, ouest/ nord est et sud). Ils prennent une importance accrue avec les nouveaux dispositifs institutionnels (loi d'orientation pour l'aménagement durable du territoire et schémas de services collectifs) qui encouragent les projets intercommunaux et les connexions en réseau avec les dimensions culturelles et écologiques.

Les enjeux écologiques : Au sein d'une société marquée par la montée d'une sensibilité écologique, le tourisme sportif ne peut se développer sans prendre en compte la préservation des milieux sensibles et la valorisation du patrimoine. L'impact de chaque choix est à évaluer en termes de développement durable soucieux des effets à long terme autant que des résultats immédiats pour le bien-être des popula-

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

tions. L'utilisation de matériaux non polluants, des aménagements intégrés à l'environnement et un juste équilibre des activités sur cet espace répondent à ces enjeux.

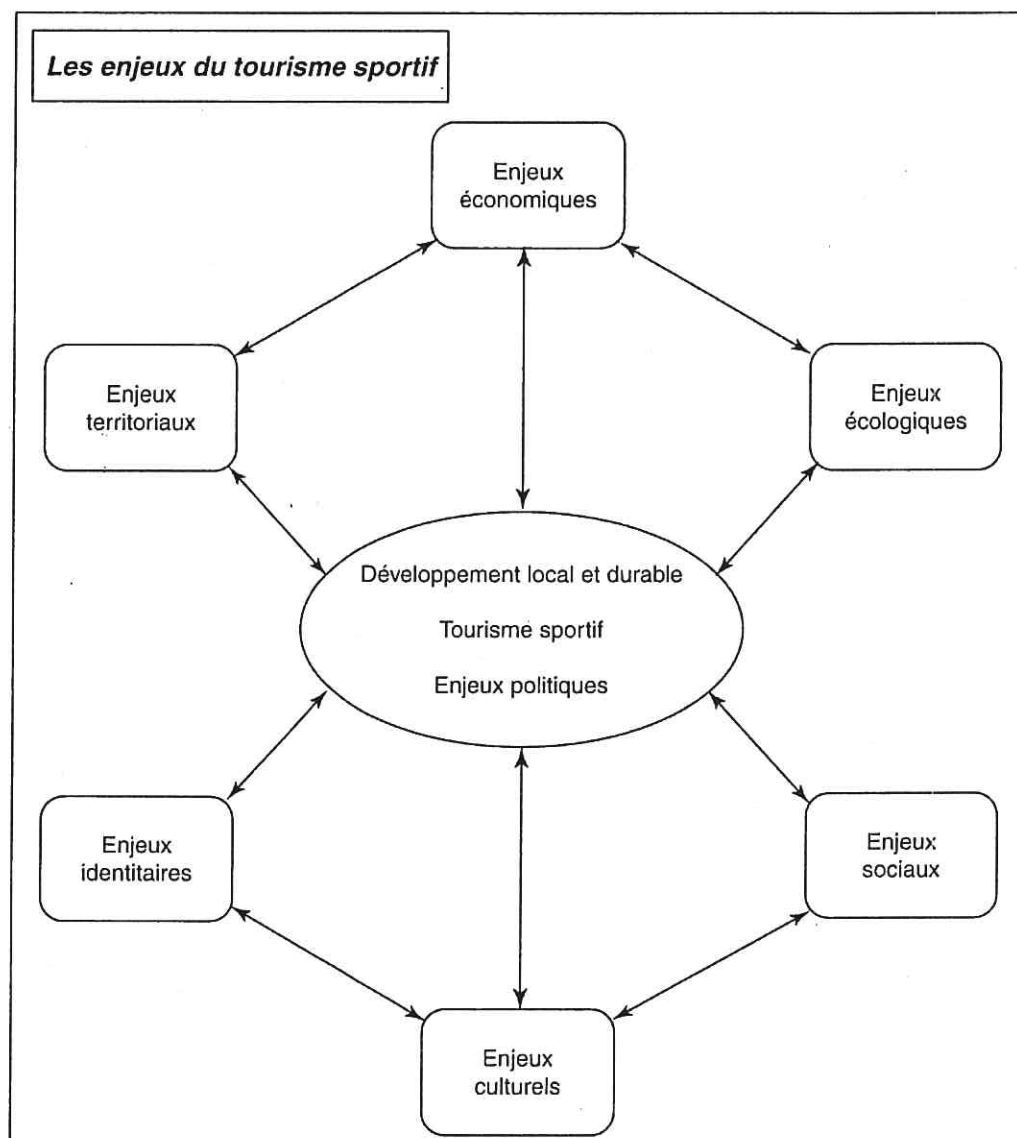
Les enjeux culturels : Ils sont à mettre en parallèle avec l'évolution de la place et du rôle tenus par les valeurs du loisir dans les modes de vie de nos contemporains qui génèrent de nouveaux besoins (personnalisation des modes d'engagement, santé, hédonisme, aventure, ludisme, convivialité, technologisation de la pratique,...). Le tourisme sportif doit répondre à ces nouvelles exigences en privilégiant les sensations dans la pratique, l'auto-détermination, la mise en scène de soi-même, le confort, la sécurité, la sociabilité. La réponse aux particularismes locaux s'inscrit dans la dynamique de ces enjeux culturels (surf en Aquitaine, randonnée à La Réunion sur la trace des Marrons,...).

Les enjeux sociaux : ils visent une intégration de publics sensibles qui n'ont pas forcément accès aux loisirs (week-end et petites vacances pour les locaux,...). Le tourisme sportif ne doit pas rester l'apanage des groupes sociaux aisés mais permettre à tous les publics d'y accéder. Il doit aussi permettre l'insertion sociale par l'emploi ainsi que la qualification et la formation des personnes.

Les enjeux identitaires : le développement d'un tourisme sportif intelligent doit permettre aux élus locaux d'une région de construire ou de renforcer une identité locale en donnant une image dynamique d'elle-même.

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION



ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

PROSPECTIVE DU TOURISME SPORTIF

<i>Opportunités</i>	<i>Menaces</i>
- Développement des loisirs et des modes de vie associés au sein de la population - Augmentation des consommations sportives et vacances actives - Engouement pour les activités physiques de pleine nature (APPN) - Élévation du niveau général de formation - Diminution du temps de travail et abstraction des tâches - Valeurs d'évasion, d'aventure, de découverte et d'enrichissement culturel en hausse - Sensibilité écotourisme et développement durable - Émergence de nouveaux publics (seniors, groupes sociaux intermédiaires) - Début de structuration de politiques touristiques par le sport au niveau des collectivités territoriales - Professionnalisation en cours des acteurs marchands (démarche marketing et innovation)	- Consommations culturelles augmentent plus vite que les consommations sportives - Immobilisme du mouvement sportif - Priorité au sport de haut-niveau - Concurrence internationale accrue - Non respect de l'environnement - Incertitude politique

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

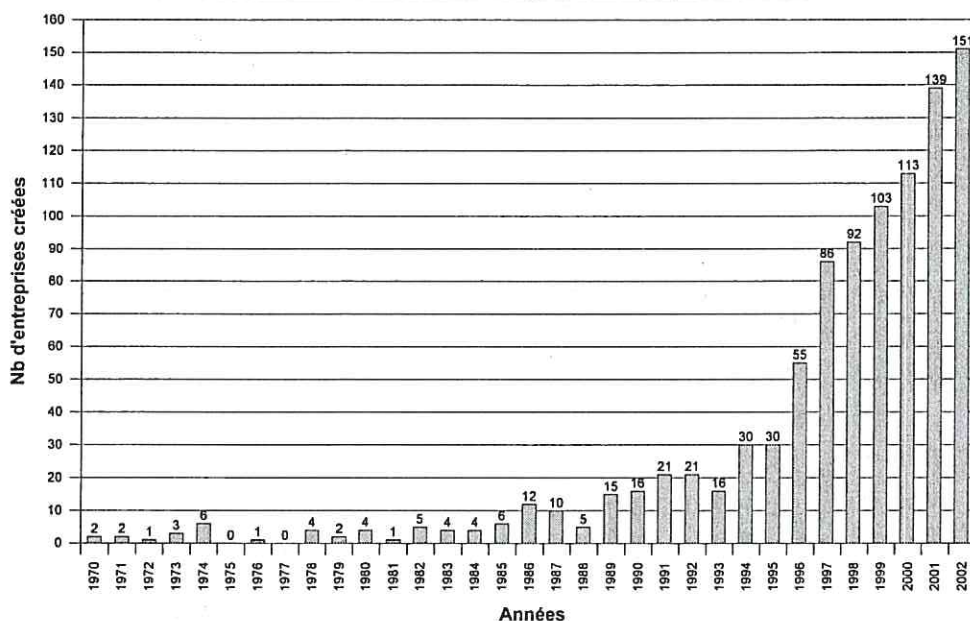
DIAGNOSTIC DU TOURISME SPORTIF À LA RÉUNION

<i>Forces</i>	<i>Faiblesses</i>
– Une région propice sur le plan géographique, climatique et culturel – Des touristes qui ont plus que doublé en dix ans (210 000 à 424 000) – Un tourisme d'agrément dominant (51%) – Des attentes de plus en plus sportives – Une image intense et sportive de l'île qui structure la destination – Une durée de séjour assez longue (18,5 jours) et un fort pouvoir d'achat – La charte « Réunion Qualité Tourisme » – Une forte progression des entreprises de loisirs sportifs – Une augmentation de la consommation de produits touristiques (28 % en 98 à 41 % en 2001) et de la pratique d'APS de loisirs (62 % à 70,5 %) – une évolution des modes de vie et des comportements des Créoles (plus de loisirs et plus de sport) – Création du Parc National – Protection de l'environnement	– Recrutement trop métropolitain (78%) – Coût du transport aérien – Concurrence dans la zone proximale et lointaine (positionnement) – Décalage projet-pratique des touristes – Déséquilibre de l'offre selon les régions (Ouest, Est, Sud, Nord) – Non adaptation de l'offre à la variété des publics (sociologique et sportif) – Politique de prix et de communication de certains prestataires à améliorer – Organisation défaillante des APS (accueil, horaire, durée, encadrement, animation,...) – Déséquilibre dans les subventions entre sports traditionnels et APPN – Problème de cohabitation des publics – Création du Parc National sanctuarisation de certains espaces

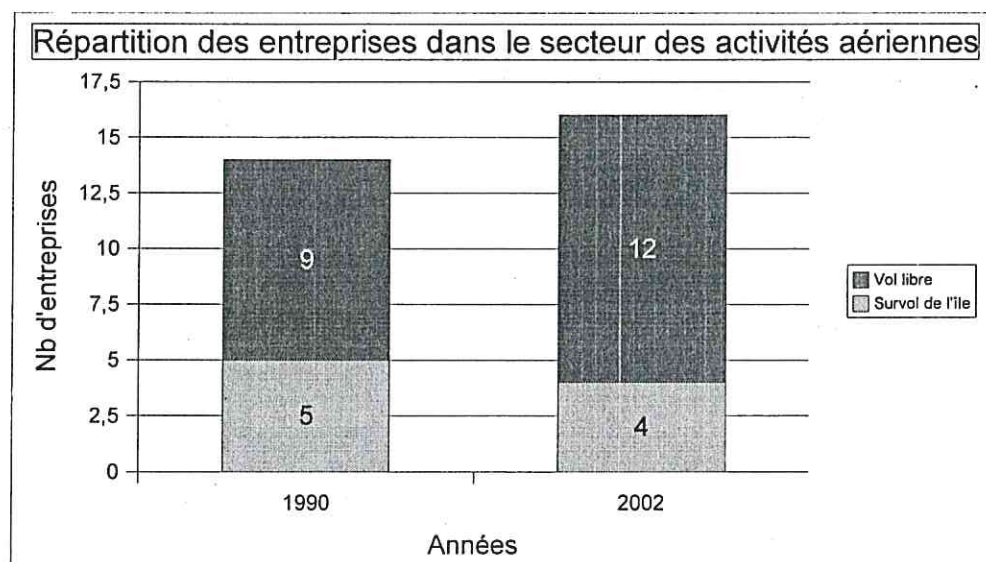
ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Rythme de création des entreprises de loisirs touristiques depuis 1970

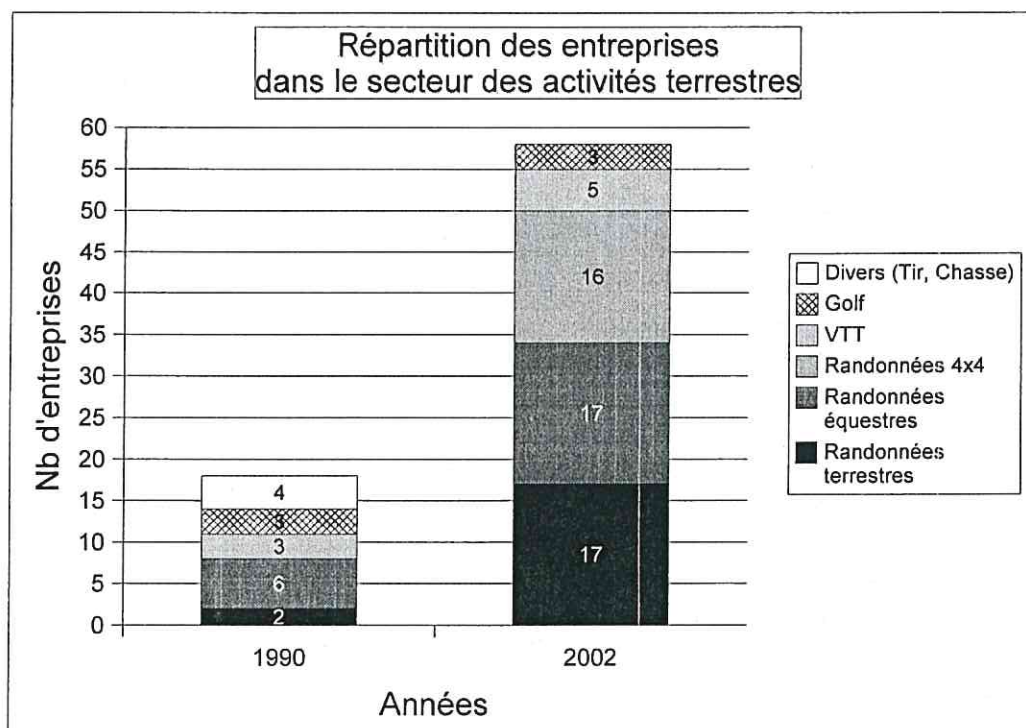
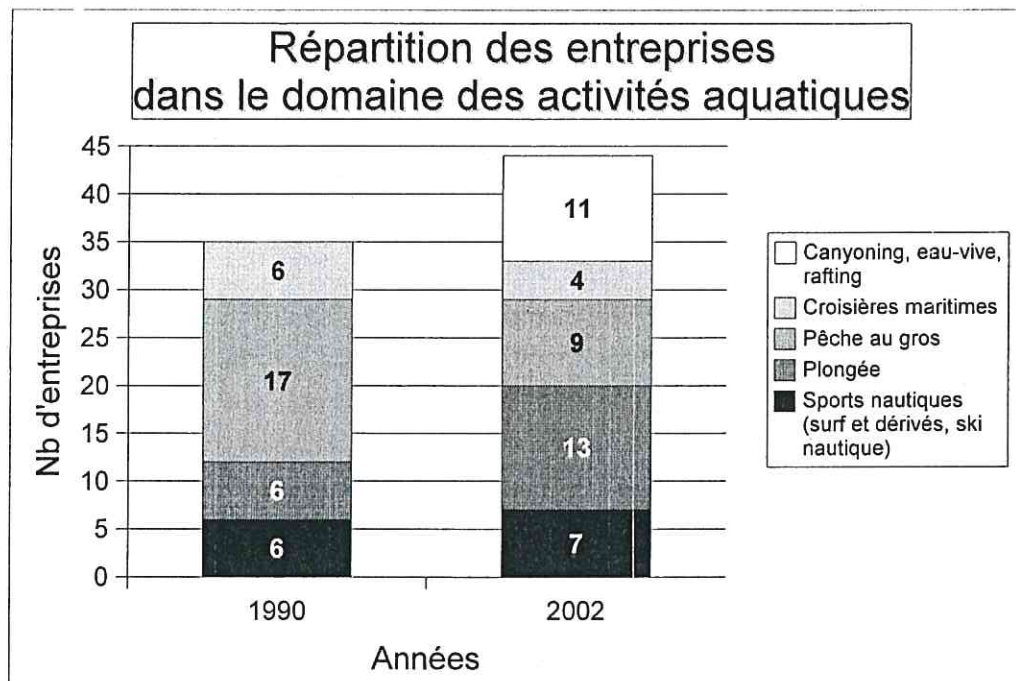


Source : Chambre de Commerce et d'Industrie de la Réunion (C.C.I.R.) et Comité de Tourisme de La Réunion (C.T.R.), 2002



ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION



SPORT, TOURISME ET ÉCONOMIE

Aménagement - Développement - Économie

Entre le possible et le souhaitable, la réflexion se poursuit. ..

RAPPEL DE L'OBJECTIF

Il s'agit de réfléchir ensemble sur la situation du sport à La Réunion et d'examiner les perspectives d'évolution pour répondre aux attentes de la population dans le cadre d'une politique sportive volontariste, cohérente qui permette à chacun d'accéder à la pratique sportive et qui inscrive le sport dans le développement socio-économique de notre Région.

Cette entreprise me semble t-il passe par la prise en compte des 4 dimensions indissociables du concept du développement durable que sont :

- la dimension économique
- la dimension sociale
- la dimension environnementale
- la dimension éthique

Dans le cadre de ces assises et plus particulièrement dans cet atelier, la question qui nous préoccupe peut être envisagée de la manière suivante :

Comment à travers cette nouvelle approche, inscrire dans notre démarche, la problématique globale de l'axe touristique-sportif ou tout simplement, comment construire autour du vocable tourisme sportif un réel produit touristique pour demain ?

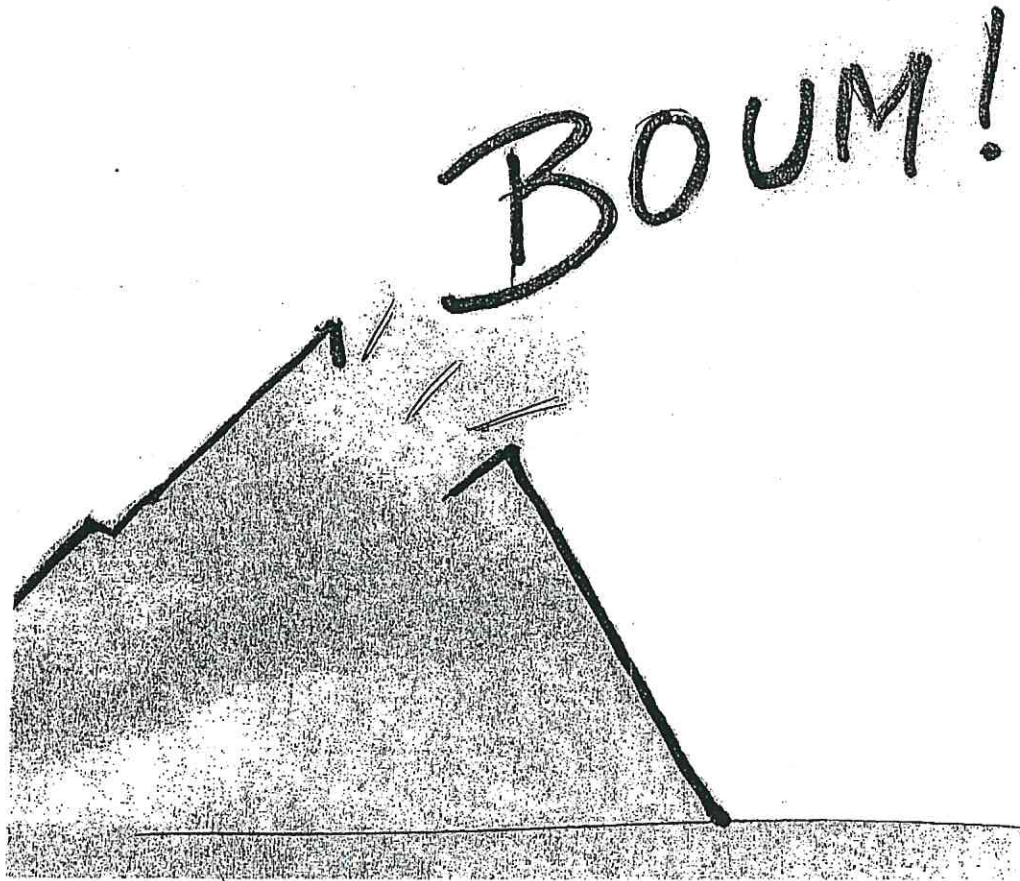
- Cette nouvelle approche est-elle possible dans le contexte Îlien de la Réunion ?
- Le souci commun de travailler ensemble pour porter plus fort et plus loin le développement du Tourisme Sportif est-il vraiment une démarche partagée ?
- Quel sera notre véritable rôle ?
- Sur quelles bases juridiques et financières va t-on s'installer ?
- Le projet de réalisation d'un Parc National qui se dessine doucement dans nos espaces est-il perçu comme un handicap ou un atout ?
- Comment concilier économie et protection de la nature ?

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

- Comment éviter que le Tourisme Sportif mette en danger les bases même de son existence *a fortiori* son développement ?
- Le partenariat avec les acteurs du territoire est une donnée incontournable, comment ensemble élaborer une véritable stratégie ?

UN PEU D'HISTOIRE



Il y a trois millions d'années : naissance d'une alchimie d'exception.

- Un volcan
- Une île
- Une montagne.

Sortie des entrailles de la terre, au fin fond de l'Océan Indien, l'île de La Réunion est née de l'action d'un « point chaud » ou « hot spot » (une remontée de magma très profond perçant la croûte océanique soumise à la dérive).

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Cela étant, l'Océan Indien est bordé aujourd'hui par quatre continents à savoir l'Antarctique, l'Afrique, l'Asie et l'Australie. Par ailleurs, avec Madagascar et les Seychelles, ces derniers formèrent autrefois, le super continent de Gondwana¹.

En matière de tourisme sportif, ces espaces ne sont-ils pas des nouveaux marchés, potentiels pour demain ?

Plus près dans le temps, à l'image des marchés qu'il faut gagner demain, l'histoire des Hauts de l'île, d'une manière générale, demeure une histoire de conquête.

- Conquête de la végétation sur les roches volcaniques
- Conquête de l'homme sur la montagne
- A force de courage, de ténacité, ils ont défriché, mis en culture. Déterminés, ils ont créé une vie dans les Hauts

Entre l'arrivée des premiers habitants en 1646 sur l'île et les premiers touristes des années 1980, il y a plus de 2 siècles d'histoire agitée, faite de liberté, de fierté et de courage, mais aussi de difficultés, d'échecs et parfois même de désillusions.

Depuis, la marche en avant se poursuit.

I. LA RÉUNION, 20 ANS DE TOURISME

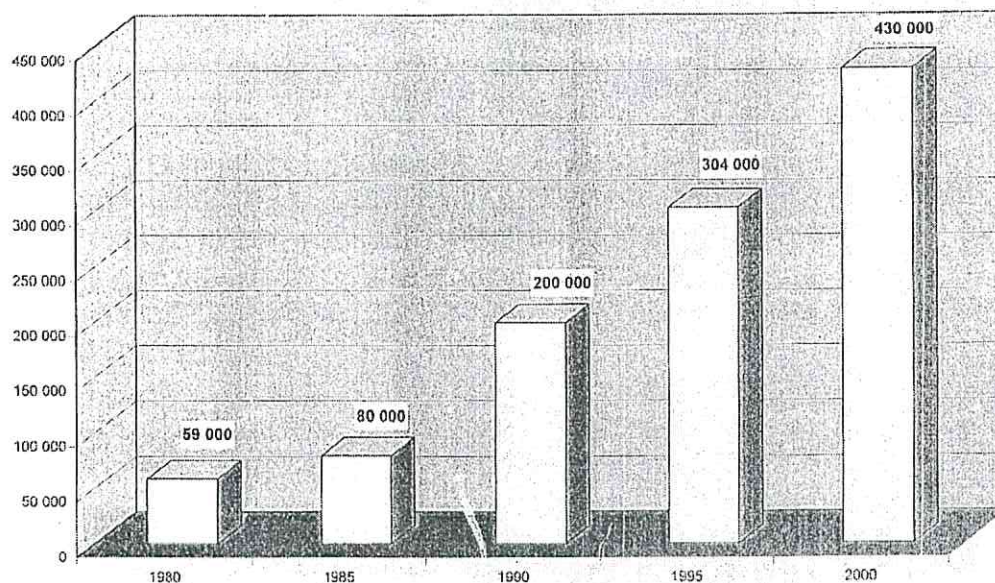
On compte les points...

¹ Gondwana : méga continent dont le morcellement a débuté au Jurassique, environ 200 millions d'années.

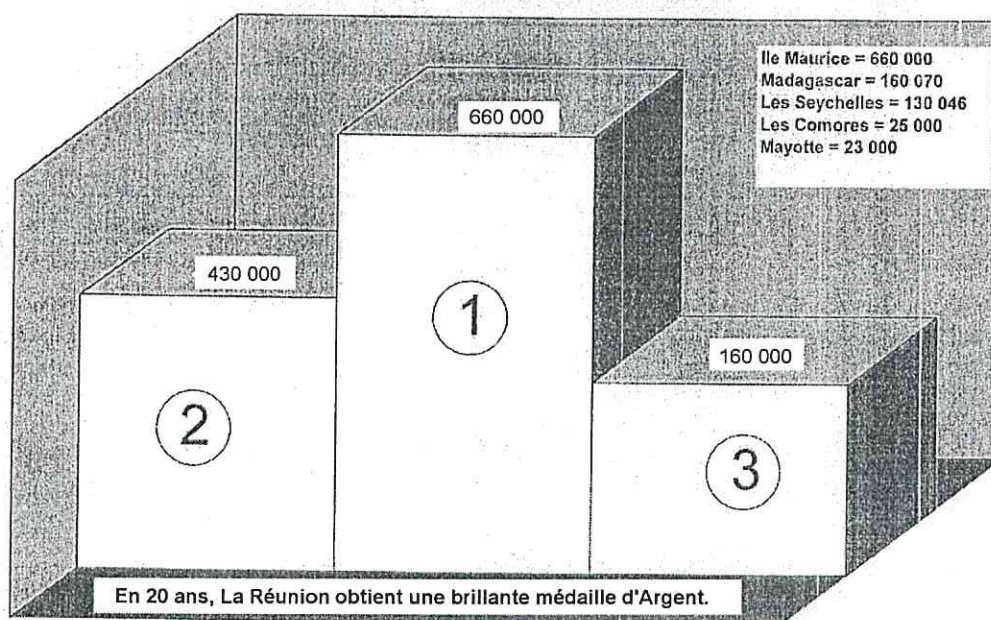
ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Ile de la Réunion Evolution du Développement Touristique (20 ans)



Population Touristique La Réunion / La Zone Océan Indien



ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

430 000 touristes

Agrément	220 055
Affinitaire	165 529
Affaires	44 416

Le tourisme sportif :

- Quelle est la pertinence de ce vocable ?
- Ou se niche t-il ?
- Sortira t-il des vestiaires pour le prochain départ ?
- Les règles du jeu sont-elles définies ?

On serait tenter de le placer dans la notion du tourisme d'espace intégrant d'autres grandes idées :

- Agri tourisme
- Le tourisme du terroir
- Nature écologie, tous formant de fait le vocable du tourisme rural

Derrière les mots, il existe tout un ensemble de concept mais au final, on s'adresse toujours à des clientèles.

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

II- VERS UN DIAGNOSTIC DES TERRITOIRES DE PRATIQUES SPORTIVES DE PLEINE NATURE : LE PARCOURS SE DESSINE



La loi sur le sport

Le texte de la loi de 1984 déjà modifié, l'est à nouveau par la loi n° 2000-627 du 6 juillet 2000 (I.O. du 8 juillet 2000).

« Les activités physiques et sportives constituent un élément important de l'éducation, de la culture, de l'intégration et de la vie sociale. Elles contribuent également à la santé. Leur promotion et leur développement sont d'intérêt général.

L'État, les collectivités territoriales et leurs groupements, les associations, les fédérations sportives, les entreprises et leurs institutions sociales contribuent à la promotion et au développement des activités physiques et sportives.

L'État et les associations et fédérations sportives assurent le développement du sport de haut niveau, avec le concours des collectivités territoriales et leurs groupements et des entreprises intéressées. ... »

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Les pratiques touristiques et sportives de pleine nature sont devenues des éléments incontournables du développement territorial des zones rurales et montagnardes.

Le phénomène touristico-sportif entre dans le nouveau cadre législatif.

Fort de la Loi de juillet 2000, en France métropolitaine et dans les DOM-TOM, un nouveau contexte législatif arrive. ..

LE SPORT EN FRANCE MÉTROPOLITAINE

Des chiffres qui parlent :

- 68 % des 14 à 16 ans déclarent avoir ainsi des activités sportives régulières ou occasionnelles
- 15 millions de randonneurs
- 5 millions de façon régulière
- 1 français sur deux pratique un sport au cours de ses vacances, initiation ou perfectionnement

La réforme de la Loi de 84 sur le sport associé à de nouvelles dispositions législatives telles que la Loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire, grâce à la création des Schémas de Services Collectifs LOADDT ou la Loi VOYNET et la réforme de la coopération intercommunale (Loi CHEVENE-MENT) vont proposer un nouveau cadre. Des conséquences assurées au plan : National, Régional, Échelle territoriale, infra- régionale.

Des outils de développement

Un rappel des outils de développement ² :

1978 : Plan d'aménagement des Hauts (PAH) : la notion du terroir: le tourisme rural était déjà annoncé.

1983 : Application de la Loi confiant au Département la mise en œuvre des Plans Départementaux des Itinéraires de Promenade et de Randonnées (PDIPR)

1995 : le SAR (Schéma d'Aménagement Régional), esquisse des grandes orientations en matière de développement touristique avec la mise en place d'un réseau de stations et des pôles touristiques en privilégiant les loisirs actifs de pleine nature.

2 cf. annexes 1 à 5

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

1998 : le CIADT (Le Comité Interministériel d'Aménagement du Territoire) lance une nouvelle planification stratégique d'aménagement du territoire. Déjà le projet de Loi d'Orientation pour l'Aménagement et de Développement Durable du Territoire donne une assise légale à ce dispositif. "Une perspective de 20 ans est ouverte"

1999 : La Réunion par l'intermédiaire de la Direction Régionale de l'Environnement porte le 1^{er} SENR (Schéma des Espaces Naturels Ruraux des services collectifs.

2000 : Le SCOT (Schéma de Cohérence Territoriale) (ou la pertinence du développement économique)

Le diagnostic territorial des pratiques sportives n'est autre qu'un état des lieux du réel au cours duquel ce dernier n'échappe pas au filtre de l'interprétation du maître d'ouvrage ou du maître d'œuvre.

CONSÉQUENCES AU PLAN NATIONAL-RÉGIONAL

Niveau National

L'État, au vu de l'ensemble des contributions régionales des schémas des services collectifs du sport, définit une politique globale et redistribue de manière cohérente les moyens financiers et humains à sa disposition

Niveau Régional

La Région devient l'élément clé du dispositif de planification et de développement territorial lié aux pratiques sportives. Cette dernière doit mettre en place un outil d'observation dynamique au travers des schémas des services collectifs qui doivent présenter l'observation des pratiques, leur structuration globale, l'évolution des politiques conduites, l'utilisation des espaces naturels et ruraux ouvert aux pratiques sportives, l'évolution de l'emploi sportif, des qualifications et des formations professionnelles, l'accueil et le suivi des sportifs de haut niveau, y compris sur le plan de la santé et l'offre de spectacle sportif.

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

L'échelle territoriale infra-régionale

Pertinente dans la gestion et le développement des phénomènes sportifs fait émerger la notion du bassin sportif: pour le besoin de la cause, parfois, le cadrage peut s'envisager avec les Communautés d'agglomérations - les Pays, les Parcs Naturels.

III -IMPACT ÉCONOMIQUE DU SPORT

UNE APPROCHE DE « L'ÉTUDE DE LA RÉGION »

La pratique des activités physiques et sportives

- 380 000 pratiquants
- 134 000 licenciés
- 303 sportifs de haut niveau
- Le football, la natation, le cyclisme, le footing sont les disciplines les plus pratiquées.

La dépense sportive des collectivités locales

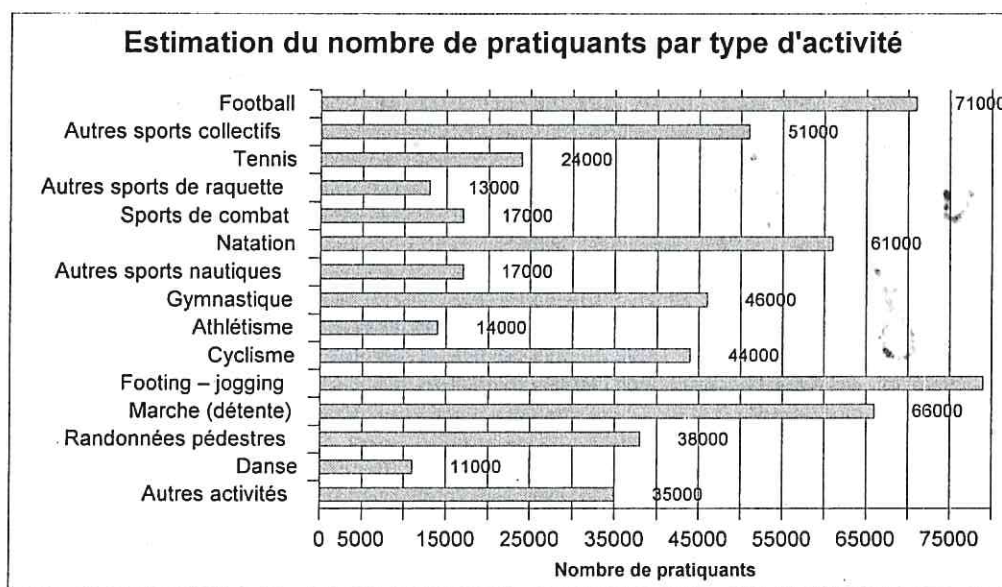
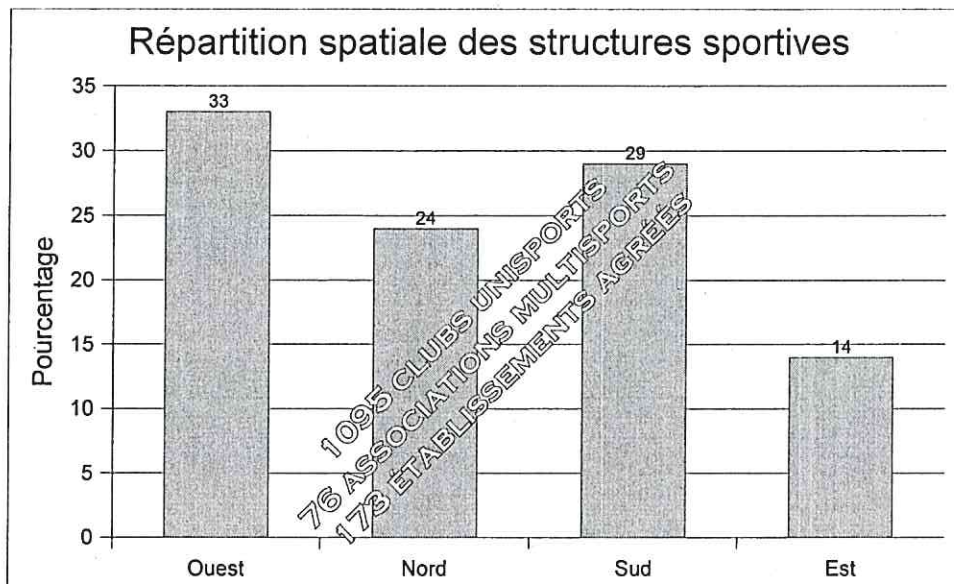
- 89 MF. de la Région
- 66 MF du Département
- 308 MF des Communes
 - ↳ 236 MF au fonctionnement
 - ↳ 72 MF aux investissements
- L'État : plus de 100 MF

L'emploi des activités de sport

- 4828 salariés
- 964 mis à disposition
- 122 emplois non salariés

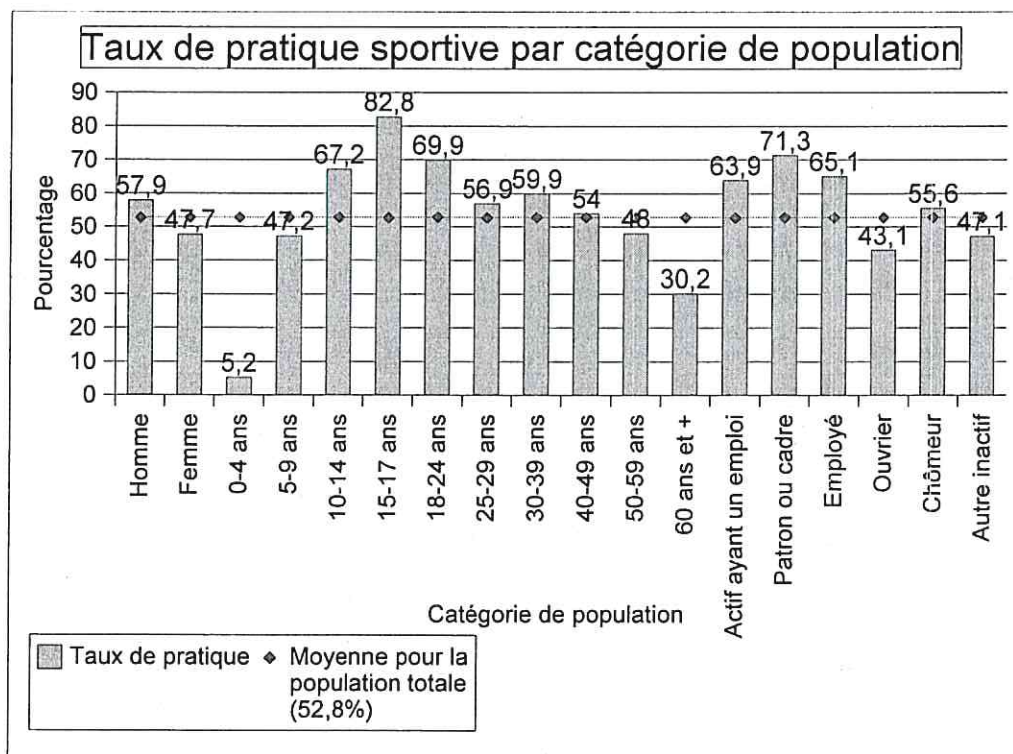
ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSIÈS DU SPORT À LA RÉUNION



ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION



La pratique sportive aux horizons 2005 et 2010

Hypothèse haute

↳ 461 000 pratiquants en 2005

↳ 487 000 pratiquants en 2010

Hypothèse de stabilité

↳ 409 000 pratiquants en 2005

↳ 430 000 pratiquants en 2010

122 emplois non salariés

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

UN COMPLÉMENT NÉCESSAIRE : LES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE OU TOURISME SPORTIF ?

Activités de pleine nature: les loisirs !

Un engouement sans cesse grandissant...

Des chiffres à prendre avec prudence³

Touristes extérieurs :

Sur un séjour de deux à trois semaines en moyenne, la part de leur budget consacrée à leurs loisirs est de l'ordre de 127 euros, soit plus de 13 % de l'ensemble de leur dépense.

Se dégage un volume d'affaires d'environ **55 millions d'euros par an.**

Clientèle locale :

Plus de 63 % des ménages déclarent dépenser moins de 30 euros par mois (360 euros par an) pour les loisirs et 5,5 % plus de 120 euros par mois, soit 1 440 euros par an

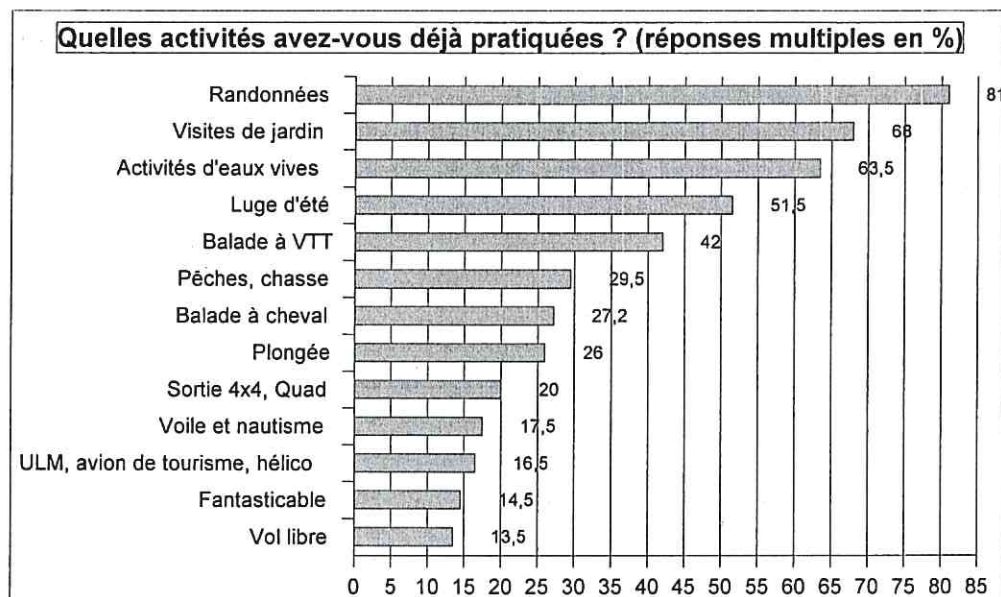
Sur ces bases, les dépenses de loisirs peuvent être estimées à plus de **50 millions d'euros par an.**

En résumé, en l'espace d'une décennie, le marché des loisirs de pleine nature est devenu une réelle force économique...

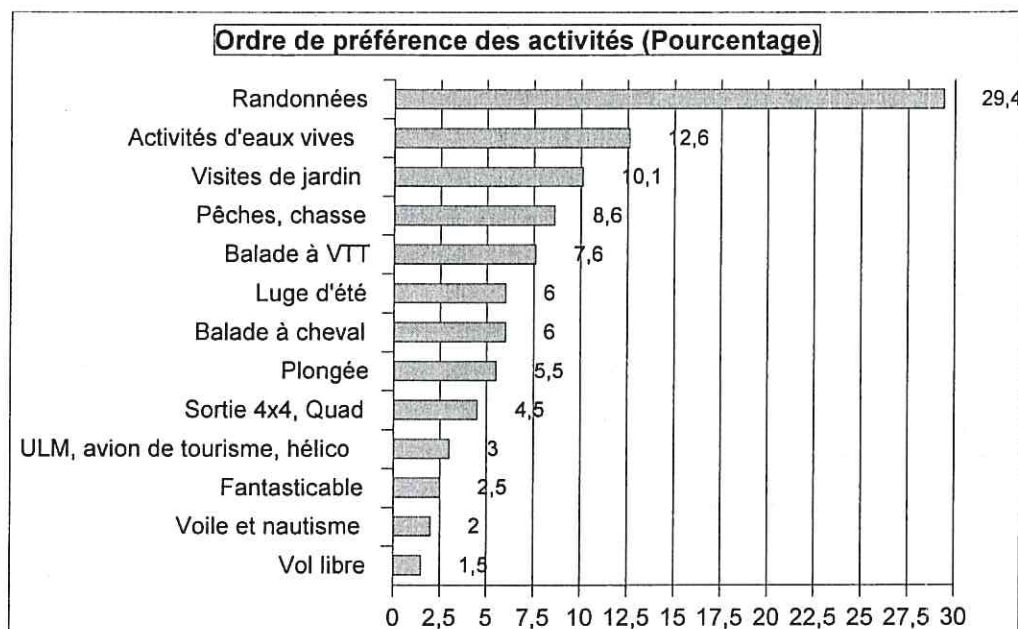
³Source O.D.R

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION



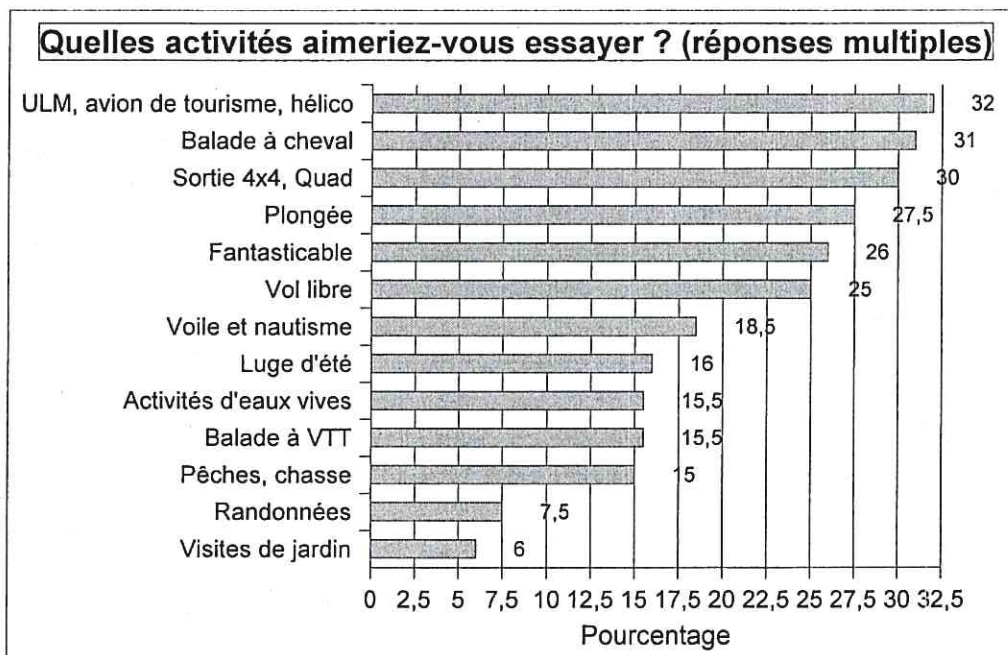
Source ODR : Enquête « Les activités de pleine nature », 2002



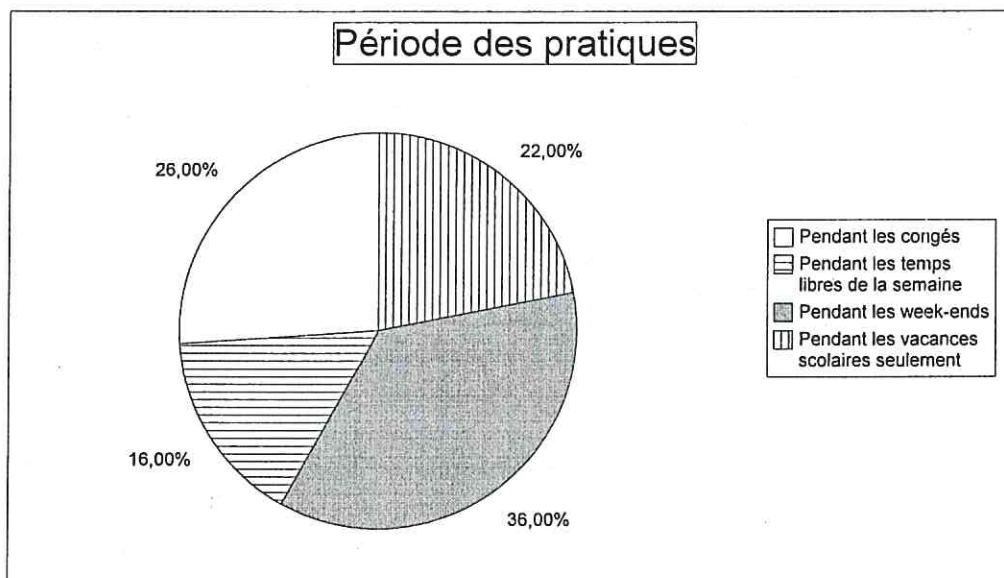
Source ODR : Enquête « Les activités de pleine nature », 2002

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION



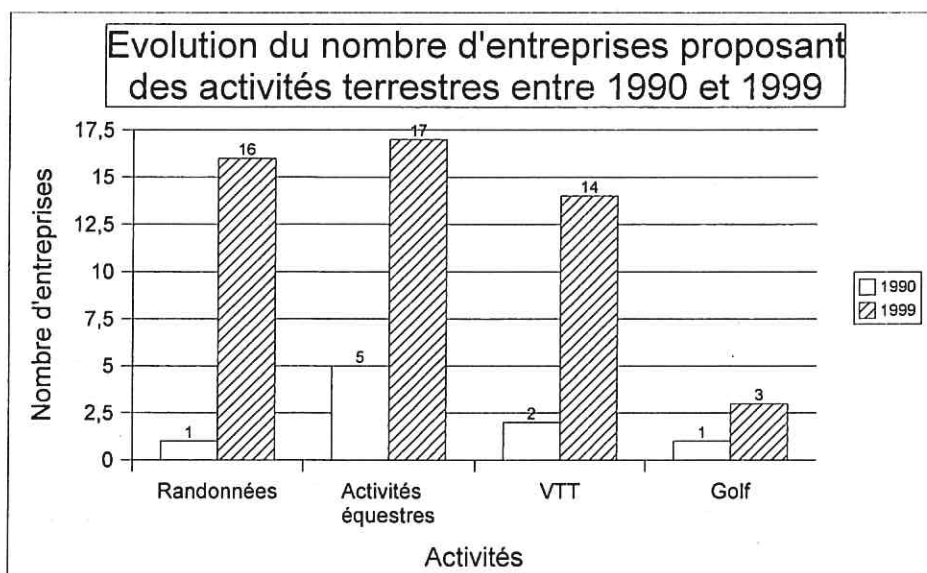
Source ODR : Enquête « Les activités de pleine nature », 2002



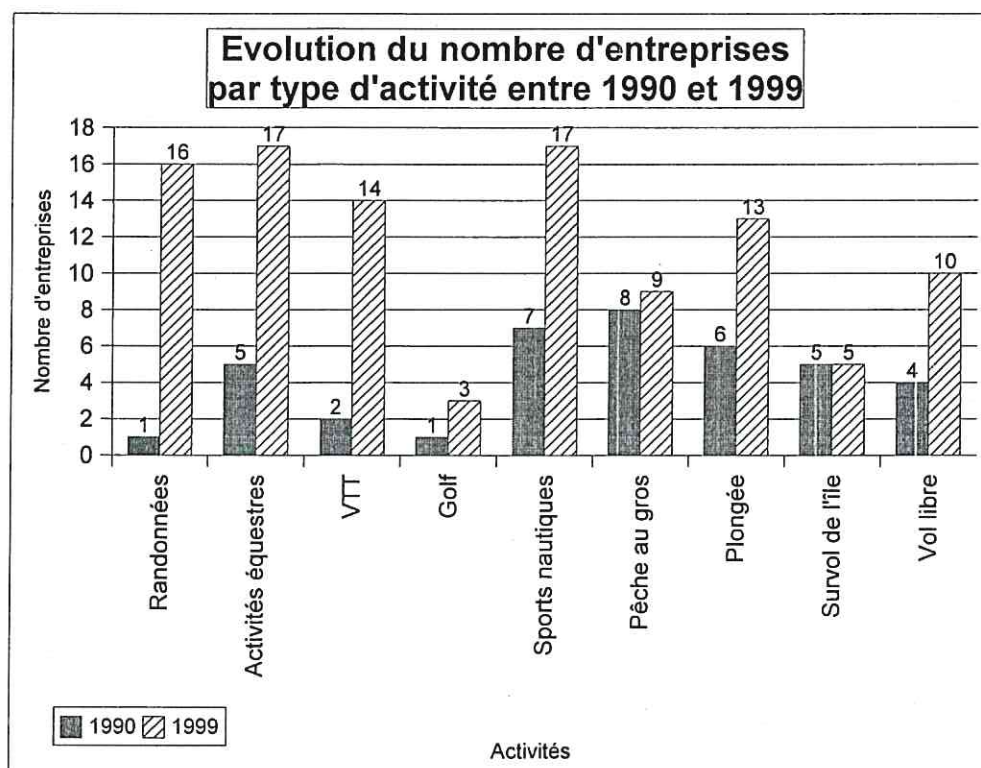
Source ODR : Enquête « Les activités de pleine nature », 2002

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION



Source ODR : Enquête « Les activités de pleine nature », 2002 (d'après « Manuel des ventes 1990-1991 et 2000-2001 du CTR »)



Source ODR : Enquête « Les activités de pleine nature », 2002 (d'après « Manuel des ventes 1990-1991 et 2000-2001 du CTR »)

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

DES INDICATEURS INTÉRESSANTS : UNE TENDANCE À CONFIRMER...

Les recettes du tourisme extérieur⁴

Dépenses avant le séjour : Estimation pour l'année 2000, le montant total de 43.9 millions d'euros.

Dépenses au cours du séjour : Estimation des recettes s'élève à 276 millions d'euros.

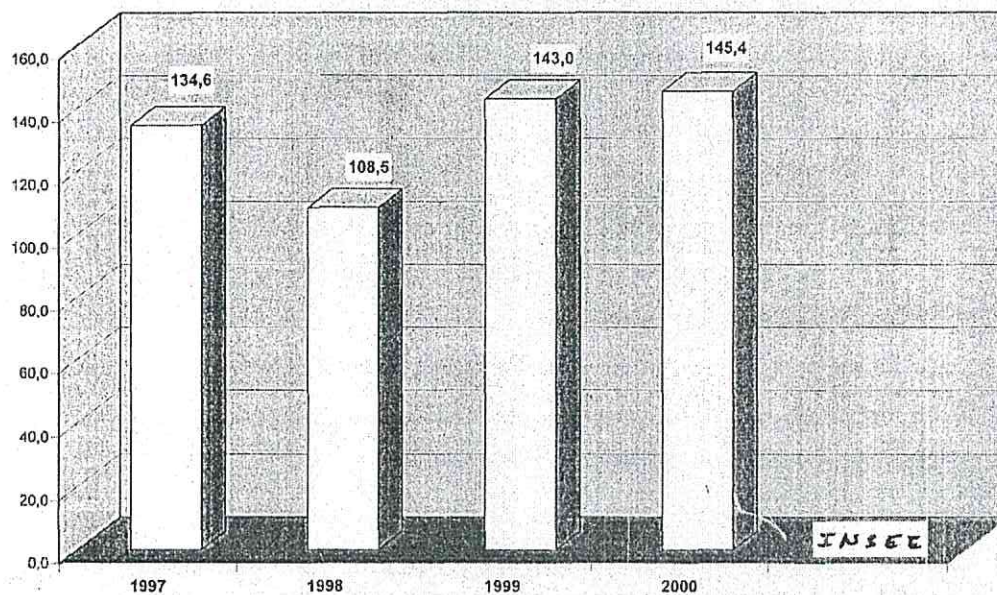
Les recettes globales sont de l'ordre de 320 millions d'euros.

	1997	1998	1999	2000	Evolution 2000/1999 (en %)
DEPENSES DES TOURISTES					
Euros/séjour/ménage	1 106,0	994,4	1 028,4	1 072,0	4,2
Euros/personne	597,9	603,9	605,2	631,1	4,3
Euros/jour/personne	38,0	36,9	38,1	40,4	6,0
Hébergement	241,2	168,2	202,6	231,7	14,4
restaurant	203,8	144,4	217,7	223,9	2,9
location de voiture	166,2	163,9	197,0	185,1	6,0
Souvenirs, cadeaux	152,4	130,6	153,5	159,9	4,2
Loisirs	134,6	108,5	143,0	145,4	1,7
Autres	207,8	279,0	114,6	125,9	9,8
Dépenses totales (millions en euros)	221,8	242,2	242,7	276,2	13,8

I.N.S.T.E.

⁴ Source: C.T.R.

Ile de la Réunion
Dépenses Touristiques pour les Loisirs (en Millions d'Euros)



CONCLUSION

UNE NOUVELLE DÉFINITION DU SPORT...

- Le sport est aujourd'hui davantage considéré comme un loisir que comme un moyen de compétition.
- Il est largement connoté aux notions de santé, défoulement et équilibre.
- Il s'inscrit dans la recherche d'une hygiène de vie et d'une forme physique utile pour les activités quotidiennes.
- Considéré comme un moyen de communication et d'échange avec les autres.
- Au regard de ce constat, les motivations des sportifs sont principalement de trois ordres : **hygiénique – esthétique – hédoniste..**

UNE APPROCHE POSSIBLE ?

Une « petite révolution », l'arrivée des 35 heures :

- Plus de temps pour les loisirs mais pas forcément plus d'argent.
- Plus de facilités et de motivations à se déplacer et à découvrir.
- Une forte demande nationale, internationale à capter
 - Âges
 - Origines géographiques
 - Milieux socio-culturels
 - Types d'activités recherchées
- Une clientèle spécifique de plus en plus exigeante :
 - Importance de la qualité du produit: accueil, etc.
 - Importance de l'animation
 - Goût de renouvellement (éviter le phénomène de routine)
- Nos sites grandioses, exceptionnels, il faut les protéger, certes, mais aussi, il faut les faire vivre, leur donner une âme.
- Il faut les « vendre ».

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

IMPORTANCE DES FACTEURS DE NOTORIÉTÉ, D'IMAGE, DES ACTIONS DE COMMUNICATION, ETC...

- Le marketing n'est pas un vain mot.
- Le tourisme sportif devient une activité économique qui doit se professionnaliser de plus en plus.
- La dure loi du marché de l'offre et la demande est impitoyable.
- Ne jamais considérer l'offre comme un acquis figé et intangible.
- Toujours réfléchir à des innovations et des avenir possibles.

Cela suppose une mobilisation de tous les instants et de tous les acteurs et surtout un chef d'orchestre qui maintienne la synergie.

POUR GAGNER LES FUTURES RENCONTRES, DES SUGGESTIONS POSSIBLES...

1 terrain	Un Volcan -Une Île -Une Montagne
1 équipe	La Réunion et ses forces en présence
1 attaque	Acteurs économiques ambitieux accompagnés de moyens structurels et financiers
1 défense	Acteurs de la protection de l'environnement
1 fond de jeu + des variantes	– des produits touristiques variés, originaux et de qualité – une politique de marketing adaptée
1 coach + staff	Le pilote des opérations (harmonisation des politiques)
L'arbitrage	– Aérien – Pouvoir d'achat – Météo – La concurrence – La promotion

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Partenaires	Acteurs institutionnels : État - Europe - Région - Département - Communautés de communes - Communes - Associations
Le fair play	– Sécurité – Image de qualité
Le public	Les touristes
Médias	Médias
Marquer des buts et gagner des victoires	Assurer un développement harmonieux et créer des emplois durables

SOURCES :

- Montagnes Méditerranéennes -2000
- I.N.S.E.E.
- O.D.R.
- C.T.R.
- S.A.R.
- D.I.R.E.N.

LISTE DES PROPOSITIONS (NON CLASSÉES)

Les propositions présentées ci-après sont issues des deux séquences de l'atelier. Elles ne sont ni hiérarchisées, ni classées. Elles permettent de se rendre compte du foisonnement d'idées des différents acteurs présents. La synthèse de l'atelier a tenté, avec difficulté, de prendre en compte chacune de ces idées et d'harmoniser leur présentation pour une communication plus efficace.

PROPOSITIONS ISSUES DE LA PREMIÈRE SÉQUENCE

- Prendre en compte l'ensemble des publics, notamment celui des handicapés, dans l'élaboration de l'offre en activités physiques de pleine nature (APN).
 - Mise en place de parcours pédestres adaptés.
 - Cibler un public touristique handicapé au niveau national.
 - Organiser des événements majeurs et bien médiatiser pour générer des retombées économiques directes et indirectes.
 - Développer une spécificité qui pourrait s'intégrer à l'image de l'île.
- Equilibrer les moyens entre les sports traditionnels et les APN.
- Réaliser une aire d'atterrissage à Saint-Leu pour les parapentistes.
- Elaborer des produits et proposer des approches différentes pour les touristes sportifs et les touristes de loisirs sportifs.
- Développer l'éducation à l'environnement à travers la pratique d'APN. Les professeurs d'EPS ont ici un rôle important à jouer, mais il est également important que d'autres prennent conscience de l'enjeu de la formation des futurs adultes (autonomes, responsables, soucieux de l'environnement).
- Mettre en valeur la réglementation stricte à laquelle est soumise La Réunion (normes françaises, européennes, mesures de sécurité, encadrement,...) pour vendre le produit touristique réunionnais. Il s'agit de mettre en avant l'image de la sécurité.
- Utiliser le sport pour faire venir les touristes même si une fois sur place ils ne pratiquent aucune activité sportive. Donner une image dynamique de l'île est important. Toutefois, il convient de se méfier et de ne pas tomber dans l'excès. Il ne faut pas donner une image de La Réunion, île extrême, île dangereuse.

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

- Rédiger un document idéologique fort pour dire ce qu'est La Réunion dans les domaines du sport et du tourisme.
- Simplifier les démarches pour créer des entreprises.
- Faciliter des formations adaptées aux spécificités de La Réunion.
- Rechercher les moyens d'inciter les Réunionnais à pratiquer plus souvent des APN. Pour cela, on peut notamment penser, dans un premier temps, à sensibiliser le public scolaire.
- La politique de formation doit prendre en compte la culture, le patrimoine, l'histoire, ...
- Les fiches-métier doivent prendre en compte une certaine « solvabilité » des activités et se doivent dans la mesure du possible de proposer la plus grande polyvalence possible afin d'assurer aux étudiants des chances optimales de succès dans leur recherche d'emploi.
- Développer l'éducation et la culture de la pratique sportive.
- Penser de façon globale : éducation pour sensibiliser l'ensemble de la société.
- Trouver un slogan liant sport / environnement / éducation.
- Mettre en place une démarche pour toucher les sportifs occasionnels dans le domaine des APN. Peut-être un « passeport multi-activités ».

PROPOSITIONS ISSUES DE LA SECONDE SÉQUENCE

- Mettre en place un outil d'observation des pratiques du sport à La Réunion. Observatoire réunionnais du Sport.
- Peut-être compléter cette structure par une seconde axée sur le monde touristique.
- Mener une étude de fond et la plus complète possible sur les loisirs sportifs liés notamment au tourisme.
- Développer des séjours sportifs dans le domaine des APN avec des professionnels locaux, des tours opérateurs.
- Développer des produits touristiques multi-activités.
- Renforcer l'existant et faire en sorte que les entreprises existantes parviennent à la rentabilité afin de pérenniser leur activité.
- Baser des offres de séjour sur des APN.

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

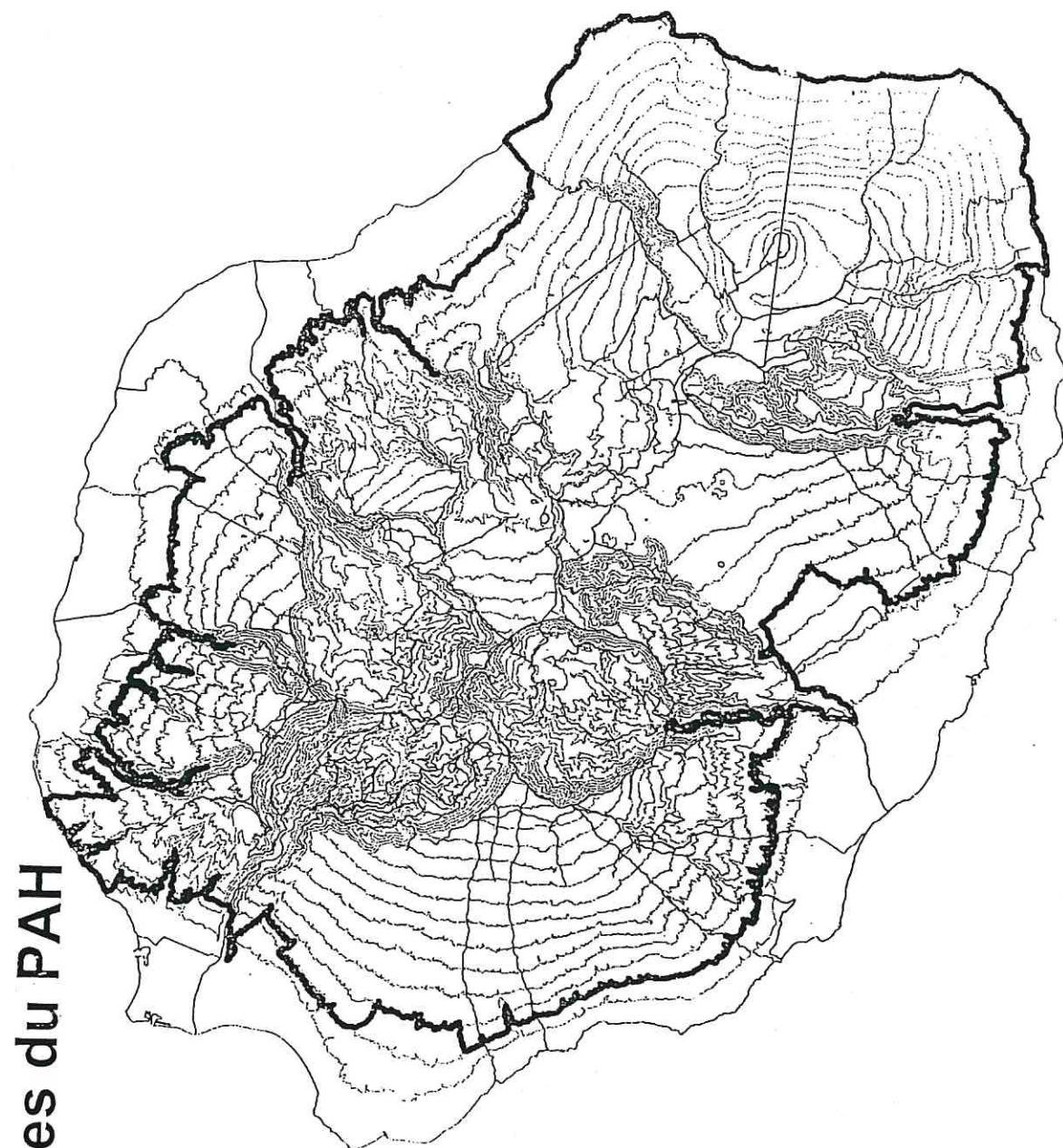
- Construire, aménager des infrastructures pour les APN (création de sites, d'aires à proximité des sites d'accueil) afin de permettre le développement des activités existantes. La mise aux normes est ici essentielle.
- Sensibiliser l'ensemble des acteurs et notamment les élus des enjeux liés au x APN et au tissu économique concerné.
- Définir une stratégie marketing : redéfinition de l'image de l'île pour développer le tourisme.
- Améliorer le démarchage et la commercialisation des produits touristico-sportifs.
- Revendiquer une meilleure prise en compte de la communication autour des APN.
- Accompagner les prestataires de produits touristiques sur les salons spécialisés.
- Mieux communiquer sur les aides financières existantes (différents régimes d'aide) ainsi que sur les démarches à faire pour en bénéficier.
- Mieux former les acteurs et prestataires des activités de pleine nature afin d'assurer une durabilité des offres.
- Initier un mouvement pour regrouper les acteurs économiques.
- Créer des dispositions législatives et réglementaires pour indemniser les propriétaires fonciers (droit de passage).

ANNEXES

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Annexe .1 : Limites du Plan d'aménagement des Hauts



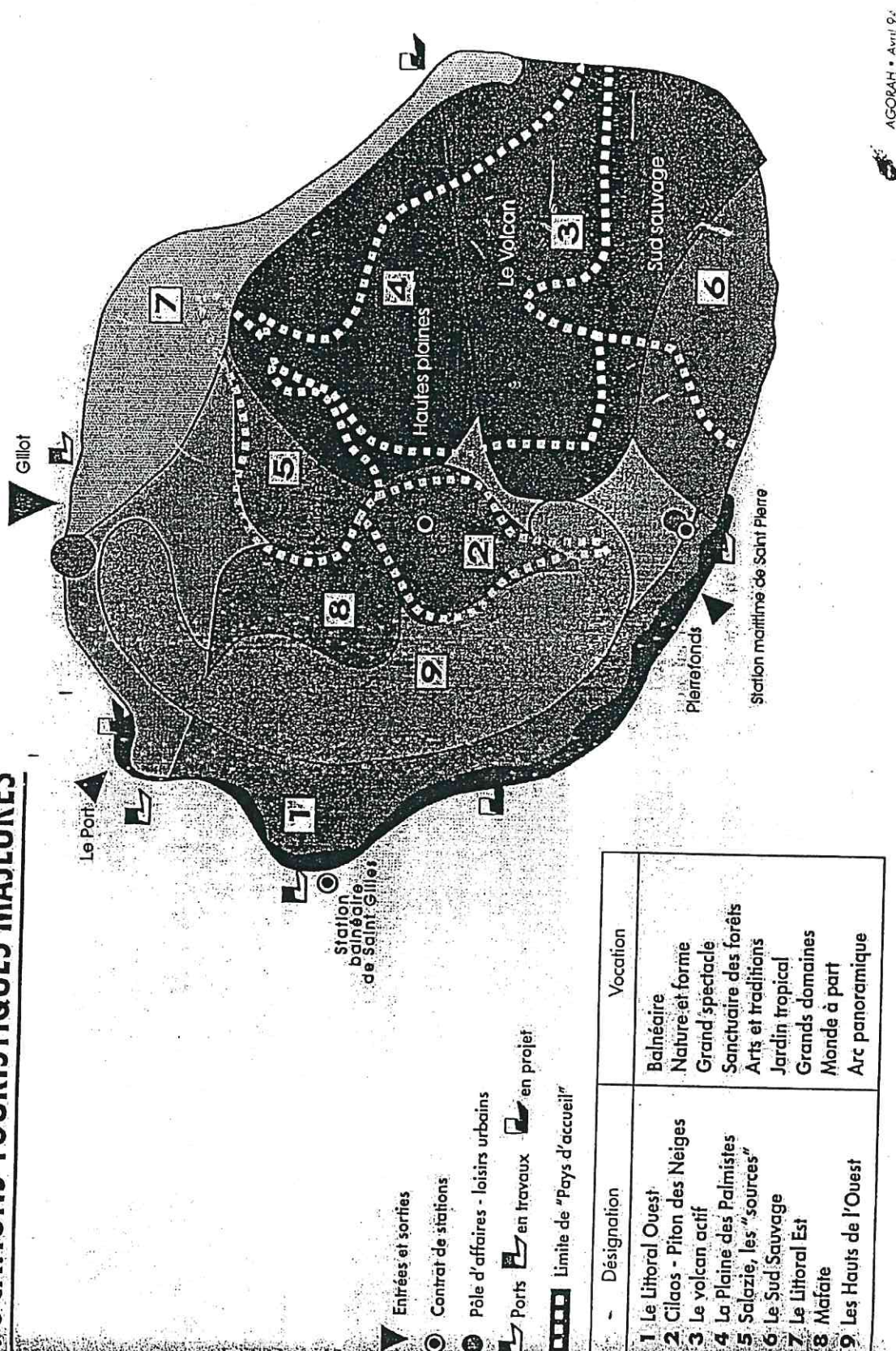
Limites du PAH

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

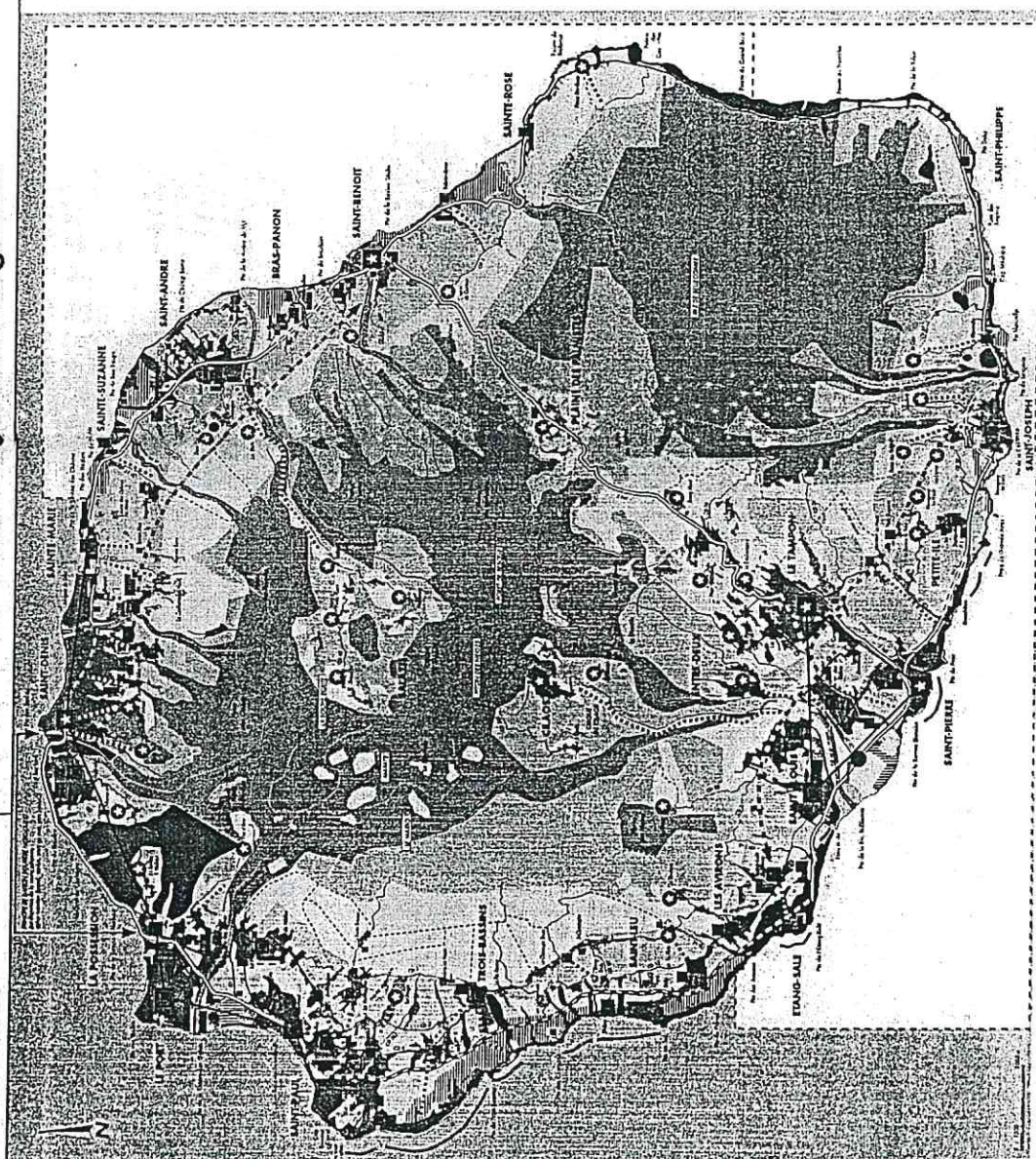
Annexe .2 : Carte « Vocations touristiques majeures »

VOCATIONS TOURISTIQUES MAJEURES



SENR

Le Schéma d'Aménagement Régional

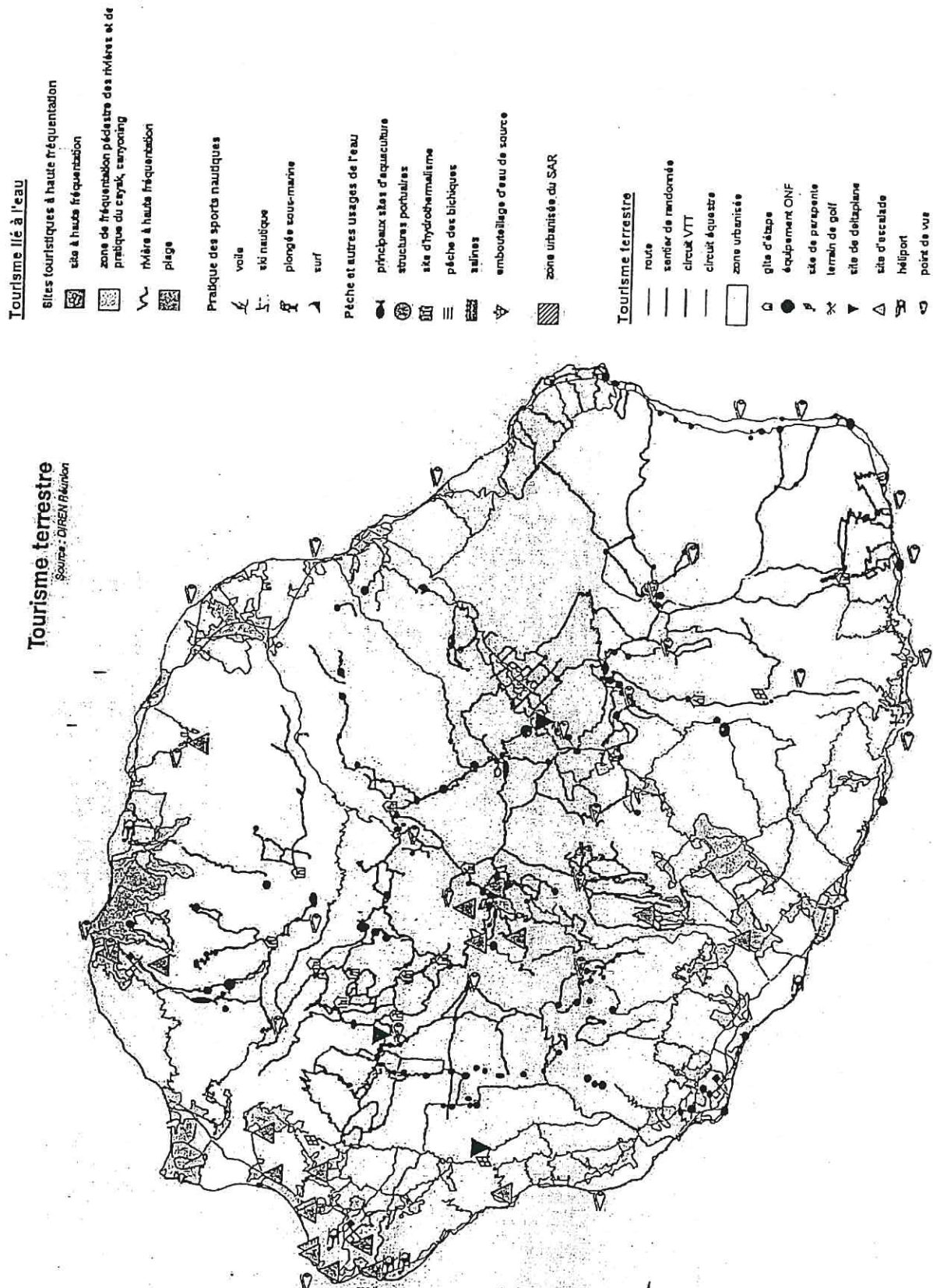


Introductions de ca-

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

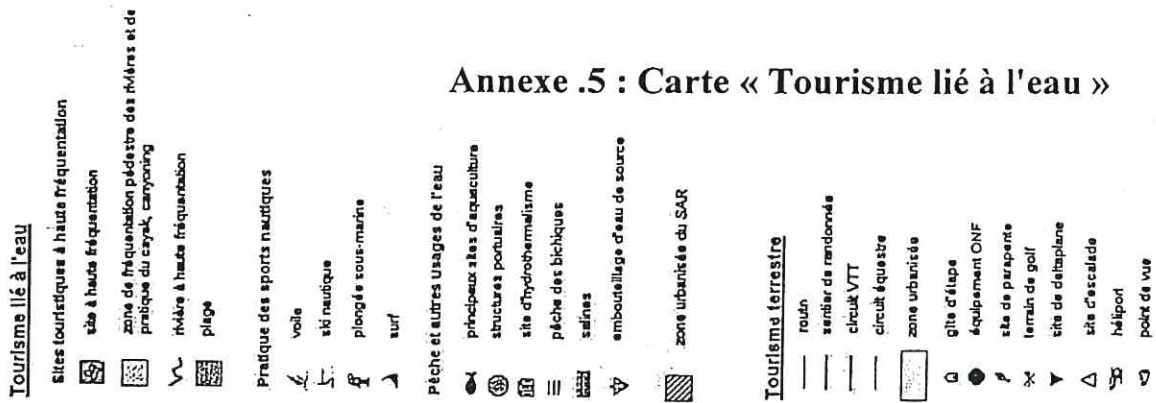
Annexe .4 : Carte « Tourisme terrestre »



ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Annexe .5 : Carte « Tourisme lié à l'eau »



Tourisme lié à l'eau

Source : DRIEN Réunion



ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

Annexe .6 : Liste des participants

<i>Association ou organisme</i>	<i>Nom du représentant</i>
APECES (Escrime) SUAPS	Alexandre BARENCOURT
CCEE	Jean-Yves LANGLOIS
CCEE	Mickaël MAILLOT
CCEE	Jean-Charles SERAPHINE
CCEE	Josselyne CATAYE ARAYE
CCEE / Université	Guy FONTAINE
Comité de Plongée Base nautique des Mascareignes	Fabrice MAUCT
Comité du Tourisme de La Réunion	Raoul VINCENT
Comité du Tourisme de La Réunion	René BARRIEU
Comité Régional Handisport	Alain GRONDIN
Conseil Régional	Frantz BLARD
CREPS	Pierre MERCADER
CROS	Alain LASNIER
CROS	Jeannick MOREAU
CROS	Nathalie ANTOINE
CROS	Martine MERAULO
CROS	Thierry CALIMONTOY
CRTE	Rico NOURRY
DDJS	Daniel BUILLEY
DDJS	Evelyne PREVOST
Éducation Nationale Maison de la Montagne	Dominique DURAND
Éducation Nationale	JP RANC
Fédération des Associations rurales	Yannick CAUSSE
Groupe SORAD	Christian GERARD
ILOP Sport	Stéphane ANDRE

ATELIER SPORT ET TOURISME

ASSISES DU SPORT À LA RÉUNION

<i>Association ou organisme</i>	<i>Nom du représentant</i>
INSEE	Paul CANAGUY
LASOURS	Jacques LOWINSKY
Ligue de Vol libre réunionnaise	Jacques AULET
Mairie de Ste-Suzanne – R.S.C.	Carolle LAURET
Maison de la Montagne	Fernand PAYET
ORESSE	Inelda LEVENEUR
PEEP – Union régionale	M.-Claude NARAYANIN
SYPRAL / Télénavette	JP SCHAEFER
Université	Olivier BESSY
Université	Olivier NARIA
Ville de Saint-Leu – Service des Sports	Djamal BENDOUMA

