

**LE TOURISME ADAPTE :  
QUELLES POTENTIALITES ECONOMIQUES  
POUR LA REUNION ?**

*Synthèse de l'étude de faisabilité  
sur la mise en place d'une filière économique  
basée sur le tourisme adapté à La Réunion*



# Éléments de contexte

NEXA, l'Agence Régionale de Développement, d'Investissement et d'Innovation, a lancé une étude de faisabilité sur la mise en place d'une filière économique basée sur le tourisme adapté à La Réunion. Cette mission a été confiée au groupement de bureaux d'études Altéa et Environnement Partenaire.

L'étude s'intéresse au tourisme adapté, à savoir l'offre touristique ouverte et accessible à tous les publics et ce, quel que soit le handicap ou la pathologie pris en compte. La notion de tourisme durable accompagne cette étude – tourisme responsable et soucieux de son environnement.

Trois types de publics sont ciblés :

- ✓ les personnes en situation de handicap (handicap temporaire ou permanent – déficiences auditives, intellectuelles, visuelles et motrices – seniors et autres personnes à mobilité réduite) ;
- ✓ les personnes atteintes d'une pathologie (toutes pathologies confondues) ;
- ✓ les personnes à la recherche de bien-être (recherche d'activités de type thermalisme, balnéothérapie, remise en forme, spas et autres).

Cette réflexion ne porte pas sur le tourisme médical stricto-sensu, mais cherche à capter un public désireux de voyager en sécurité, en bénéficiant d'une offre médicale de bonne qualité et reconnue et en ayant accès à des offres adaptées à leurs attentes, pathologies et/ou handicap. Pour ce faire, l'île dispose de nombreux atouts : une destination tropicale française et sécurisée, une offre de santé de qualité ou encore un cadre naturel et culturel riche.

Plusieurs questions se posent, autour de cette démarche : La Réunion dispose-t-elle des atouts nécessaires pour le développement d'une filière de tourisme adapté ? Quel est l'intérêt pour l'île à se spécialiser dans une telle offre? Comment mobiliser, conforter, organiser et structurer l'offre de tourisme adapté à la Réunion? Quelles sont les retombées potentielles à espérer de cette démarche?

De nombreux enjeux sont à prendre en considération : mobiliser les atouts de l'île pour la positionner sur ces différents marchés ; faire de la Réunion une destination de vacances sécurisée ; développer une image qualitative de la filière touristique réunionnaise ; créer des liens entre les domaines médico-sociaux et le tourisme ; soutenir l'emploi dans ces filières et ouvrir de nouvelles perspectives à la Réunion en portant un projet concret visant la spécialisation.

Deux phases composent cette étude :

- ✓ **Phase 1 - Diagnostic** : faire l'état des lieux des prestations adaptées réunionnaises. Les éléments de diagnostic constitueront une photographie de la situation sur l'île et permettront de dégager les enjeux, les préconisations et les orientations à prendre en compte dans la structuration d'une filière économique.
- ✓ **Phase 2 - Stratégie** : mettre en place une stratégie et définir des objectifs, un plan d'action, une feuille de route et une gouvernance pour structurer une filière de tourisme adapté à La Réunion.

## SOMMAIRE

### Retour sur le diagnostic

- Etat de l'offre
- Etat de la demande

### La stratégie retenue

- Le développement d'une offre attractive
- Proposer des services adaptés
- Moderniser l'offre dans une vision globale
- De la mise en tourisme à la mise en marché
- De la sensibilisation à la gouvernance

### Modalités d'application de la stratégie

- Estimatif des coûts du plan d'action à 5 ans
- Approche des retombées économiques
- Atouts, forces, opportunités et menaces
- Les couples produits-marchés

### Conclusion

## Environnement Partenaire

16 Rue Claude Chappe – ZAC 2000 – 97420 LE PORT  
Tel : 0262 55 15 89 - Fax : 0262 55 16 45 -  
Portable : 0692 28 60 60  
environnement.partenaire@orange.fr  
www.environnement-partenaire.fr

## Observatoire régional de l'économie

Directeur de la publication : Gaston BIGEY  
Supervision : Frédéric LORION  
Assistance : Rekha GRIMOIRE  
Edition : NEXA  
Contact : observatoire@nexa.re

# Retour sur le diagnostic

Le diagnostic, première phase de l'étude, met en évidence les atouts réunionnais pour se positionner sur un tel marché, mais souligne surtout les faiblesses liées au tourisme adapté à La Réunion. Le travail réalisé était proche de l'exhaustivité, tant les prestations adaptées sont rares sur l'île.

## 1 - Etat de l'offre

### ✓ Les transports constituent le plus gros point noir au développement d'une filière adaptée sur l'île.



- Les aéroports réunionnais ne sont pas correctement équipés à l'accueil de tous les publics et le système de prise en charge des personnes handicapées par certaines compagnies aériennes reste à améliorer.



- Les transports publics sont très peu équipés, cependant l'amélioration est en marche, mais se fait encore timidement.

Les transports privés sont rares ou avec de très faibles capacités d'accueil et le GIHP ne peut assurer les déplacements de tous tout le temps.

- De manière générale, les personnels ne sont pas formés et l'information autour des prestations existantes est inaccessible.

### ✓ Du côté de l'hébergement et de la restauration, on a globalement, une offre faible, peu diversifiée, peu renseignée et peu accessible.

- L'application de la loi de 2005 est loin d'être vérifiée et le respect de l'échéance 2015 semble très compromise.

- Dans l'hôtellerie, les chambres adaptées sont très peu nombreuses par établissement.

- Les prestations de bien-être sont peu développées et bien souvent inaccessibles aux personnes en situation de handicap.

- Certains restaurants proposent des menus adaptés mais l'accès à la carte des menus, au bar ou encore à l'établissement reste difficile.

- L'information est peu visible ou erronée sur internet et notamment sur les sites des prestataires touristiques.

### ✓ Les activités adaptées sont diversifiées, mais disposent de faibles capacités d'accueil et ont du mal à se pérenniser.



- La découverte du culturel et du cultuel est quasi-impossible notamment pour les personnes qui souffrent d'une déficience autre que la déficience motrice.

- Des structures de loisirs adaptés variées, mais peu nombreuses.
- Des accès physiques compliqués et peu aménagés vers les loisirs.
- Des professionnels locaux pas assez sensibilisés à la question du handicap.
- Manque d'information et de communication.
- Difficultés d'accès à l'information par internet.
- Une offre de bien-être peu développée et peu vendue.

### ✓ La découverte de la nature réunionnaise se fait de plus en plus aisément avec de nombreux projets d'aménagement de site de découverte, de pique-nique et la mise en place de parcours d'immersion.

### ✓ Une faible labélisation de l'offre touristique réunionnaise.



### ✓ Des informations inexistantes, erronées et/ou désuètes

- La Réunion est peu visible et mal informée sur internet. Le web constitue pourtant une entrée majeure pour la promotion de l'île.



- L'information diffusée par les sites locaux est peu ou pas renseignée et peut ainsi porter préjudice à l'image touristique de l'île à l'échelle internationale.

- Un engagement coordonné des acteurs locaux dans ce domaine est indispensable.

- L'information doit être centralisée, actualisée et « vendue » aux publics cibles.

### ✓ Les ERP (Etablissements Recevant du Public) ont planifié leur mise en accessibilité, mais les réalisations restent en attente.

### ✓ La qualité de l'offre de soins à la Réunion est certes reconnue dans la zone, mais n'est pas suffisamment valorisée au-delà de ce périmètre géographique. Son potentiel technique et humain en matière de soins ne constitue pas un argument décisif dans le choix d'une destination de vacances.

## 2 - Etat de la demande

Actuellement, peu de personnes en situation de handicap font du tourisme adapté à La Réunion. Les flux sont inexistants, les cas de personnes venant à cet effet restent anecdotiques. De plus, malgré la qualité du plateau de santé réunionnais, la fréquentation étrangère est marginale (850 personnes/an) et ne s'identifie pas vraiment à un comportement touristique.

Et pourtant de nombreuses opportunités existent :

- ✓ On recense près de 31 350 personnes en situation de handicap à La Réunion (*population MDPH 2011 – soit 3,7% de la population totale de l'île*).
- ✓ Pour 7 % des européens la présence d'équipements adaptés est la clef de la fidélisation d'une destination.
- ✓ L'UE cite le chiffre de 120 millions de voyageurs potentiels comprenant les accompagnants.
- ✓ La population mondiale des seniors augmentera de 26% d'ici 2030. Les seniors représentent 50 % des touristes des pays développés (en croissance). En 2015, plus de 25 % des européens seront des seniors.
- ✓ Les populations touristiques vont tendre à la recherche de plus de confort, de découverte, de culture, mais aussi de plus de services et d'équipements adaptés et ergonomiques.

Il faut donc faire évoluer l'offre touristique vers plus de confort d'usage et plus de contenus et d'expériences.



### Les 7 points clefs de la réussite des destinations de tourisme adapté :

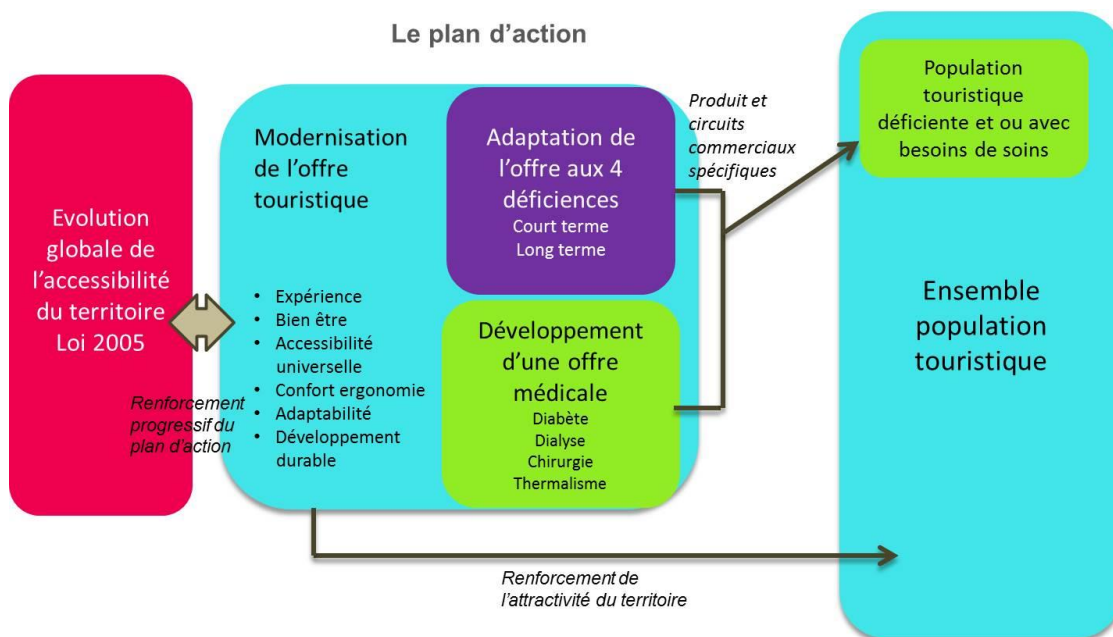
1. Une offre adaptée significative en quantité en matière de sites et d'hébergements (notion de seuil minimum).
2. Une offre attractive par rapport au territoire en matière d'activités proposées.
3. Une valorisation des hébergements et des sites par un sigle ou un label comme élément de garantie pour le client.
4. Une politique intégrée des déplacements pour venir et se déplacer sur la destination.
5. Un travail en réseau et en concertation avec l'ensemble des acteurs.
6. Une information complète et accessible par différents canaux.
7. Des mises en marchés avec de circuits historiques et innovants

# La stratégie retenue

L'offre de tourisme adapté à La Réunion est à créer.

Pour cela, il faut :

- ✓ Promouvoir une adaptation progressive de l'offre de l'île sur le long terme.
- ✓ Adapter une offre significative en attractivité et quantité, à court et moyen termes, pour se positionner clairement sur le marché.
- ✓ Intégrer cette adaptation dans une vision globale de modernisation de l'offre notamment au niveau des hébergements.
- ✓ Une offre adaptée, mais non stigmatisante.
- ✓ Mettre en place les conditions de cette évolution et de la mise en marché, notamment par l'élaboration d'un réseau de structures et de prestations adaptées.



La Réunion doit tendre à la constitution d'une offre universelle : l'adaptation des offres ne doit plus être perçue comme une contrainte pour un certain public, mais comme une aubaine, une opportunité profitable à l'ensemble de la population touristique.

Afin de constituer une offre touristique universelle de qualité et connue, plusieurs étapes sont à prendre en compte et constituent le **cadre stratégique** :





## 1 - Le développement d'une offre attractive

- ✓ **Développer les aménagements de sites de nature majeurs par la mise en accessibilité d'une dizaine de sites sur l'île** (à l'image de l'aménagement actuel du secteur de Bélouve).

A prévoir : partenariats, des aménagements et des outils informatiques pour toutes les formes de handicap, etc.

Coûts : 2,5 millions d'€

- ✓ **Développer les aménagements pour l'accès au lagon et à la mer par la mise en accessibilité de 10 sites d'accès à l'eau : plages et bassins.**

A prévoir : partenariats, formation des plagistes, des aménagements pour toutes les formes de handicap (comprenant les Tiralos : équipements de mise à l'eau), labellisation Handiplage des sites etc.

Coûts : 500 000€

- ✓ **Développer l'accès aux activités de l'île.**

A prévoir :

- La constitution d'un fond commun d'équipements pour les activités de loisirs adaptés → 10 chariots parapente; 1 treuil pour le parapente; 10 kayaks;

1 lève personne pour la plongée; 10 fauteuils tout terrain; 10 joëlettes (équipement pour la randonnée); 10 selles et matériels spécifiques équitation. Une aide financière doit être mise en place pour l'acquisition du matériel à mutualiser. Environ 250 000 €

- Aménagement (surcoût) de 10 zones de pique-nique accessibles. Environ 350 000 €
- Stimuler la conversion des activités existantes « non adaptées » en des activités « adaptées ».
- Sensibilisation et formation des acteurs.

Coûts : 600 000€

- ✓ **Ouvrir les musées et la culture réunionnaise à tous.**

À prévoir :

- Sensibilisation des propriétaires et gestionnaires de structures.
- Mettre en place des partenariats.
- Equiper et aménager les musées pour tous les handicaps.
- Apporter une aide aux structures privées.

Coûts : budget d'aide à l'adaptation estimé à 2,5 millions d'€

## 2 – Proposer des services adaptés

- ✓ **Créer une offre d'hébergements suffisante, de qualité et reliée aux points d'intérêt.**

Enjeu 1: Disposer de quelques hébergements suffisants pour accueillir des groupes ou des regroupements d'individuels : favoriser la réalisation de campings équipés en habitat léger de loisirs (HLL) accessibles et adapter les gîtes publics.

Coûts: Création de 2 campings / environ 15 hébergements adaptés. Coût : ≈ 3 millions d'€. Amélioration des gîtes. Coût : ≈ 3 millions d'€. Plan d'adaptation à 5 ans.

Enjeu 2: Favoriser une évolution de l'ensemble des structures et notamment lors des créations

- Une évolution globale de l'offre est nécessaire sur le moyen terme pour s'adapter aux différents types de déficiences. Cela s'inscrit dans une modernisation progressive de l'offre d'hébergements.
- Mise en place d'aides techniques et financières pour les procédures de mise en accessibilité.

Coûts: plan d'action à long terme et intégré dans une politique de modernisation de l'offre.

- ✓ **Une offre de restauration plus accessible.**

A prévoir: sensibilisation des acteurs et mise en place d'une politique d'aide technique et financière.

Coûts: plan d'action à long terme et intégré dans une politique de modernisation de l'offre.

- ✓ **Faciliter la mobilité vers et dans l'île.**

Le transport aérien :

- Sensibiliser les compagnies aériennes, notamment la compagnie régionale.

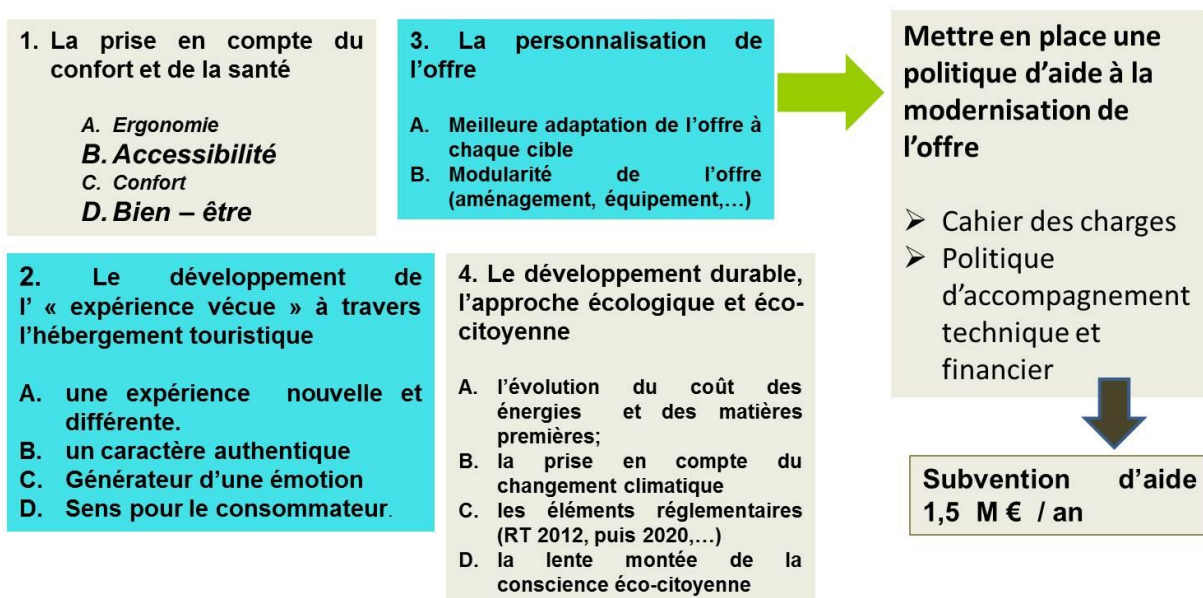
L'aéroport de La Réunion :

- Sensibilisation de la société anonyme « Aéroport de la Réunion », à une mise aux normes européennes du bâtiment et de ses accès.
- Elaboration et diffusion d'un guide pratique pour les personnes en situation de handicap. Environ 100 000€.
- Sensibiliser et former le personnel des comptoirs CCIR et FRT à l'accueil de tous les publics.
- Mettre à disposition du personnel d'accueil, les aménagements, les informations nécessaires et les supports d'informations adaptés à tous.

- Mettre en place un arrêt de bus adapté à proximité immédiate des deux aéroports (environ 30 000 €) et encourager la mise en place de bus adaptés pour toutes les lignes s'arrêtant à l'aéroport Roland Garros et de Pierrefonds.
  - Mettre en place des navettes aéroport adaptées entre l'aérogare et le centre-ville. Environ 3x 250 000 € pour les deux aéroports.
- Coûts :** Aménagements + équipements + réalisation des supports = 900 000 €. *(Ne prend pas en compte les coûts liés à l'ensemble des actions citées ci-dessus)*
- Les transports terrestres :
- Promouvoir l'assistance à la personne sur toutes les lignes locales de transports publics.
  - Etablir un guide de bonnes pratiques pour la formation du personnel de transport.
  - Former le personnel des transports publics à l'accueil des PSH et à l'utilisation du matériel mis à leur disposition.
  - Dans le cadre du Trans Eco Express, favoriser la mise en place de bus adaptés aux différentes déficiences.
- Sensibiliser les collectivités territoriales à l'adaptation de leurs lignes classiques plutôt qu'à la mise en place d'un réseau de transport spécifique.
  - Mettre en place une aide financière régionale pour les taxiteurs et autres porteurs de projets désireux d'adapter leurs véhicules aux PSH et/ou désireux de faire l'acquisition de nouveaux véhicules adaptés aux PSH.
  - Assurer la continuité de l'offre de transport adapté sur tout le territoire réunionnais (y compris les connexions).
  - Sensibiliser les élus locaux et les collectivités territoriales à intégrer l'accessibilité comme un axe majeur de leur politique de transport, d'aménagement et de développement des territoires.
  - Encourager la formation des transporteurs privés à l'accueil et à la prise en charge des PSH. Ce travail peut se faire par une sensibilisation auprès des syndicats représentants.
  - Veiller à la prise en compte du handicap dans tous les nouveaux projets relatifs aux transports.

### 3 – Moderniser l'offre dans une vision globale

- ✓ Prendre en compte les grandes tendances de l'hébergement de demain



✓ **Proposer une offre de bien-être.**

Les saunas, les bio-saunas, les hammams, les laconiums, les zones de repos, les massages ou encore l'utilisation de l'aromathérapie.

Coûts : s'insère dans le cadre de la modernisation de l'offre. Un cahier des charges précis devra être élaboré et une politique d'accompagnement technique et financier devra être mise en place.

✓ **Ouvrir les prestations à une accessibilité universelle.**

A prévoir :

- Définition d'une politique globale et universelle d'évolution de l'offre (cahier des charges + conditions de subventions + aide technique)

*Cette politique inclura une prise en compte : de l'accessibilité, du développement durable, du confort et de l'ergonomie, de l'enrichissement de l'expérience, de l'adaptation et de l'individualisation, de la santé et du bien-être.*

- Sensibilisation des acteurs, des porteurs de projets et des investisseurs à l'importance de la prise en compte de ces critères dans les projets.

✓ **Des hébergements tournés vers la santé et le bien-être.**

Proposer aux touristes un accueil adapté, sécurisé, au plus proche de leurs attentes et de leurs besoins.

- Offrir la sécurité d'une offre sanitaire de proximité par la mise en place de partenariats.

- Avec des espaces de restauration proposant des menus adaptés à/aux pathologie(s) ciblée(s).
- Un espace soins et bien être.

*Des pistes à étudier à La Réunion: l'obésité, le diabète, la dépression, l'insuffisance rénale, l'addictologie, la dialyse ou encore la rééducation voire la chirurgie.*

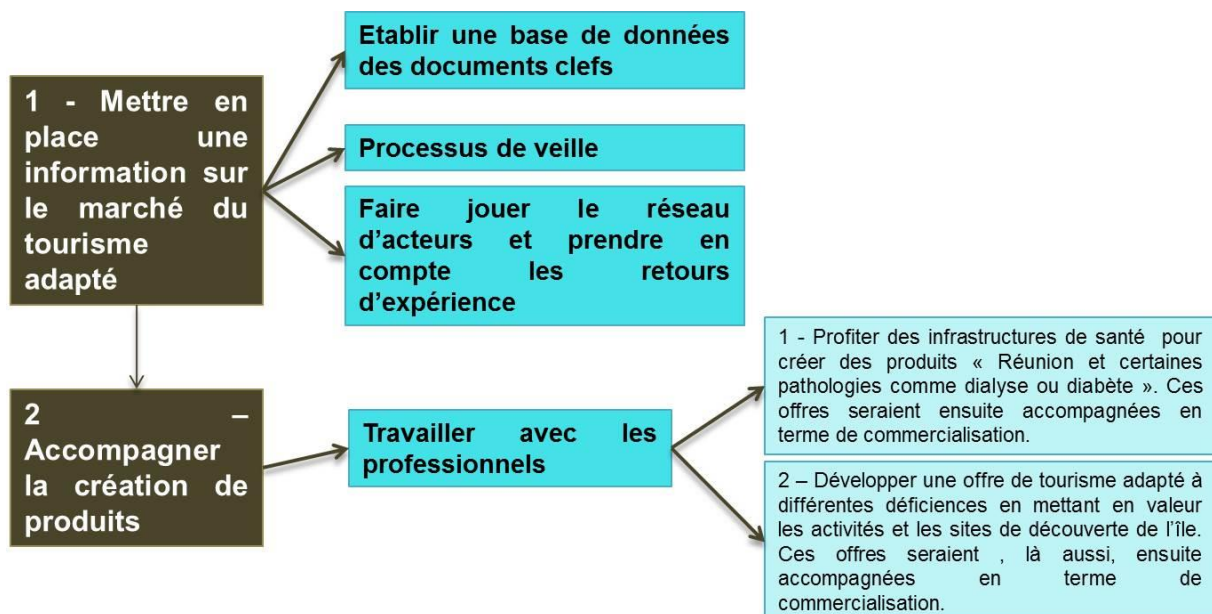
Mobiliser le potentiel thermal de l'île

- Associer à la structure thermale de Cilaos une structure d'hébergement pour offrir des prestations assimilables aux prestations déjà proposées dans les grands centres thermaux métropolitains.
- A travers le nouvel hôtel en projet à Hell-Bourg, retracer l'histoire des thermes autour d'activités ludiques et de bien-être liées à l'eau.

A prévoir :

- Créer un support informatif à la fois simple et enrichissant pour porter à connaissance toute la nature de l'offre de santé réunionnaise (ARS).
- Mettre en place une cartographie de l'offre réunionnaise de santé (ARS).
- Renseigner / Sensibiliser les acteurs du secteur touristique (professionnels et porteurs de projet) à la question de la santé et du bien-être.
- Lancer des appels à projet.
- Une assistance à la modernisation de l'offre incluant le bien-être.

## 4 – De la mise en tourisme à la mise en marché





✓ **Faciliter la naissance de produits adaptés**

✓ **Développer un processus de labellisation**

A prévoir :

- Amplifier la sensibilisation des acteurs (forte campagne de communication)
- Inclure la labellisation Tourisme et Handicap dans la politique d'aide à la création d'hébergements comme élément de modernisation.
- Inciter certaines communes pilotes par un accompagnement à la labellisation Destination pour tous.
- Etudier dans un deuxième temps la participation de la Réunion au label Europe for All.

✓ **Communiquer et commercialiser le tourisme adapté**

A prévoir :

- Définir un message fort dans le cadre d'un positionnement général de l'île « autour de valeurs humaines ».

- Dès que l'offre est formalisée, entreprendre une opération média sur les différents marchés visés.
- Créer une brochure de l'offre « L'île pour tous » avec version numérique.
- Avoir un site internet ou une partie de site internet dédié permettant l'accès à l'offre quels que soient la pathologie et le handicap.
- Utiliser les canaux du web 2.0 en réalisant un suivi constant des sites et des réseaux sociaux.
- Former les professionnels aux nouveaux principes de communication et de commercialisation.

✓ **Communiquer sur l'avantage santé**

A prévoir :

- Définir un message.
- Disposer d'une cartographie des équipements sanitaires.
- Réaliser une page sur les sites internet de promotion en différentes langues.
- Argumentaire pour les documents ciblés.

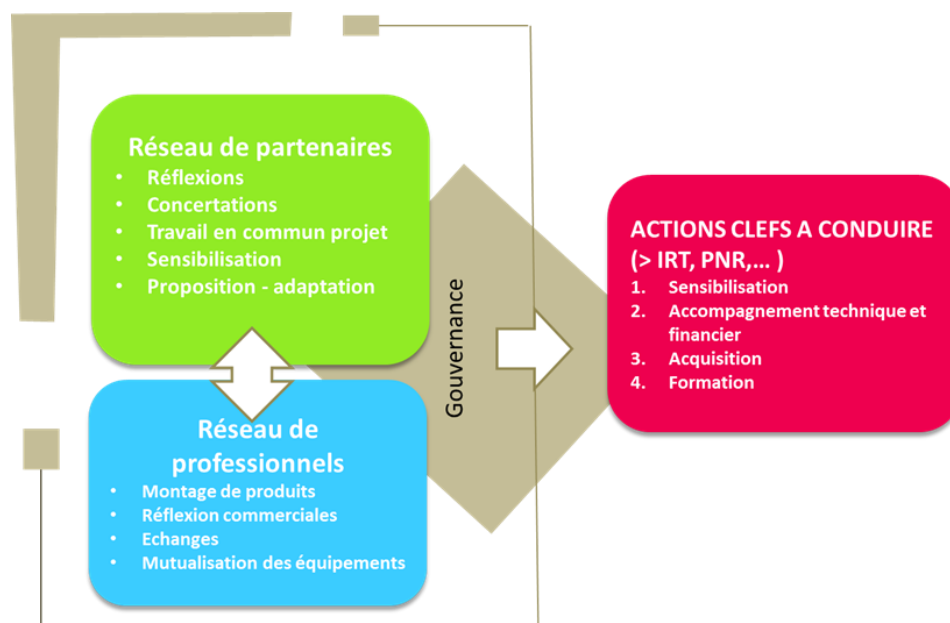
## 5 – De la sensibilisation à la gouvernance

La gouvernance de ce projet est un élément fondamental de sa réussite. Tous les exemples étudiés montrent la nécessité de créer une concertation institution-associations-professionnels.

Une proposition des consultants est une gouvernance par un binôme IRT – NEXA pour conduire la stratégie. Ce binôme serait accompagné d'une plate-forme de concertation où se retrouveraient les représentants des

institutions, des associations et des professionnels du tourisme.

L'étude montre également que la création d'un organisme fédérateur des associations et qui jouerait, pour le tourisme, un rôle d'acteur fort, dans l'information, l'observation et le conseil faciliterait grandement la mise en place de la stratégie.



# Modalités d'application de la stratégie

## 1. Estimatif des coûts du plan d'action à 5 ans

	1-Total action en M€	2 - Total public en M€	3 – Dont spécifique au tourisme adapté en M€	4 - Privé MO
Offre nature attractive	2,5	2,5	2,5	
Offre plages et bassins	0,5	0,5	0,5	
Equipements loisirs	0,6	0,6	0,6	
Camping public	1,5	1,5	0,225	
Camping privé	1,5		0,225	1,5
Hébergement public - gîtes	3	3	0,45	
Transport (non compris actions engagées par autorités de transport)	0,9	0,9	0,5	
Musée	2,5	2,5	1	
Thermalisme	4,5	4,5	0,5	
Commercialisation - Communication -sensibilisation -formation	1,5	1,5	1,5	
* Politique soutien Modernisation offre hébergement	7,5 (1)	7,5	1	10 (2)
* Politique soutien Modernisation activités et sites	7,5 (1)	7,5	1	5 (2)
<b>TOTAUX</b>	<b>34</b>	<b>32,5</b>	<b>10</b>	<b>16,5</b>

(1) Total public uniquement; (2) Investissements privés induits

\* Les politiques de soutien à la modernisation de l'offre s'entendent sur des bases minimales / montant global de l'intervention.

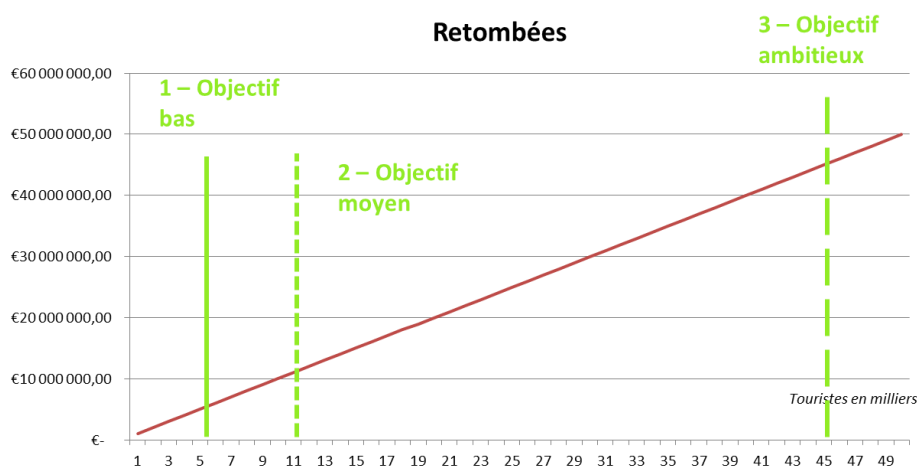
La colonne 2 comprend l'ensemble des dépenses publiques prévues dans le cadre de cette action.

La colonne 3 correspond aux estimations de dépenses strictement liées au tourisme adapté.

La colonne 4 correspond aux investissements privés pouvant être envisagés soit par effet de levier soit dans le cadre de montage économique public privé.

## 2. Approche des retombées économiques

- ✓ En 2012, les dépenses moyennes des touristes (agrément et affinitaire confondus) à la Réunion étaient estimées à 705 € par personne (Source : INSEE IRT - Insee partenaire 21).
- ✓ Le taux de retour sur le territoire estimé des dépenses faites avant le séjour était de 99 € par personne (Source : Estimation EP – Altéa).
- ✓ Les dépenses des touristes en situation de handicap et des accompagnants sont supérieures de 20 % aux touristes classiques (Source : Etude Atout France 2009).
- ✓ Le chiffre d'affaires moyen généré par personne déficiente ou accompagnant est donc environ de 1000 € tous les touristes confondus (agrément ou affinitaire ou affaire) (Source Estimation EP – Altéa).



Droite des retombées économiques liées au développement de la filière

## ANALYSE DES SCENARI

1 - Un **objectif de 5 000 touristes** déficients spécifiques et accompagnants / an (c'est-à-dire environ 1 % des touristes reçus soit 0,4 % de personnes en situation de handicap) est un objectif de base. Cet objectif générerait environ 5 M€ de CA. (ce qui correspond à environ 50 emplois directs sur la base des ratios existants à la Réunion)

2 - Un **objectif de 10 000 touristes** déficients spécifiques et accompagnants / an (soit 2 % des touristes et 0,8 % de personnes en situation de handicap) générerait environ 10 M€ de CA et permettrait la création d'environ 100 emplois directs.

3 - Un **objectif plus ambitieux de 45 000 touristes** déficients et accompagnants/an. En effet : le taux de personnes en situation de handicap nécessitant une assistance est de 4%. L'objectif de 45 000 touristes correspond à la situation de permettre à ces PSH de voyager autant que les personnes valides soit 4 % de 450 000 touristes + 1,5 accompagnant par PSH. Cette situation générerait environ 45 M € de CA et permettrait de créer de nombreux emplois (environ 450) et de favoriser une évolution rapide des structures et des projets dopés par la demande.

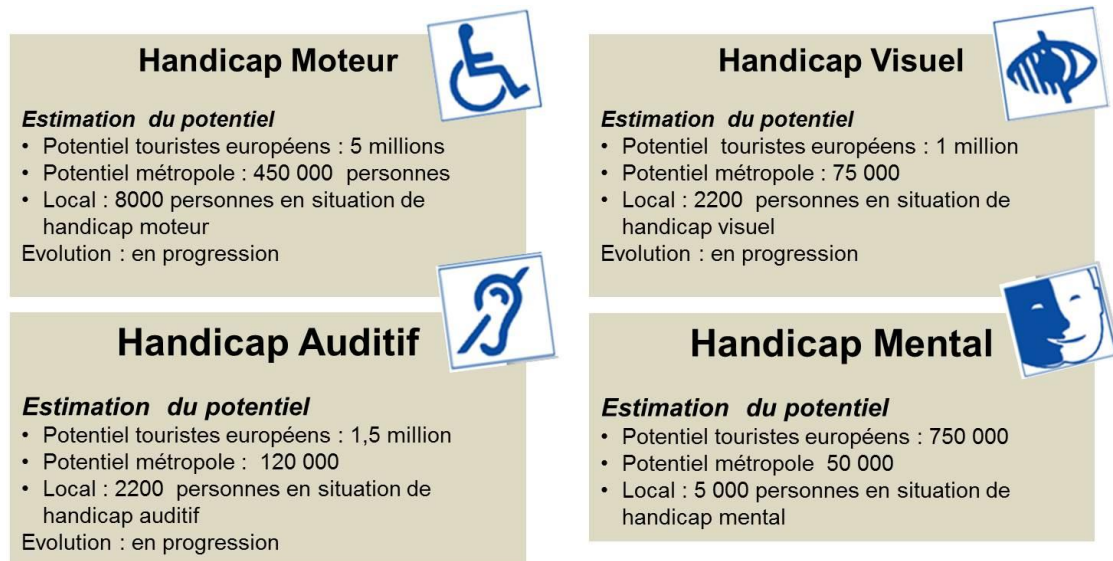
### CHIFFRES CLEFS

- ✓ 846 M d'€ de recettes globales visiteurs et dépenses touristiques (Sources : INSEE - IEDOM - CEROM 2009)
- ✓ 6750 salariés (Source INSEE CLAP - CEROM 2012)
- ✓ 9000 emplois au total (salariés + indépendants) (Source : INSEE - IEDOM - CEROM 2009)
- ✓ Soit 1 emploi (salarié ou indépendant) / 100 000 € de CA généré
- ✓ La demande locale représente une part prépondérante de l'activité touristique > 60 % et peut permettre la rentabilisation des structures.

## 3. Analyse AFOM

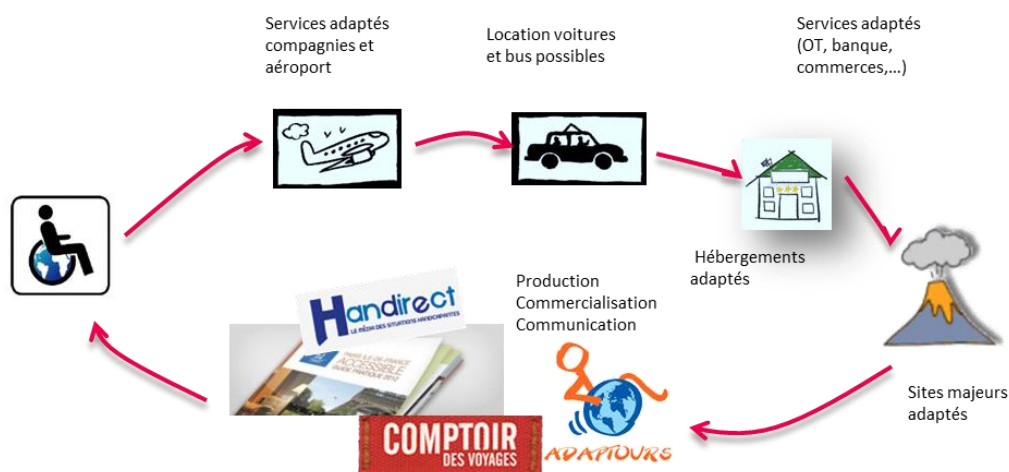


## 4. Analyse des couples produits - marchés



- ✓ **Offre actuelle**
  - Très faible, encore peu attractive.
  - Pas de mise en marché.
- ✓ **Adaptation de l'offre**
  - Coût important (handicap moteur), faible à intermédiaire (autres handicaps).
  - Adaptation des points d'attractivité.
  - Offre hébergement à développer.
  - Offre transport à adapter (aérien et terrestre)
  - Communication et commercialisation spécifique à mettre en place.
- ✓ **Atouts**
  - Un impact social local.
  - Une demande locale importante.
  - Une image forte autour de la diversité de l'île.
- ✓ **Freins**
  - Coût adaptation.
  - Difficultés de la sensibilisation des acteurs
  - Difficultés du déplacement des personnes
- ✓ **L'importance de la demande locale** apportera une ouverture à toute la population, renforcera le lien social en pérennisant et rentabilisant les structures.
- ✓ **Considérer les 4 types de handicap est obligatoire :**
  - La quasi-totalité des systèmes de communication concerne tous les handicaps.
  - Le principal coût d'adaptation concerne le handicap moteur, cette adaptation est aussi la plus difficile à réaliser.
  - Celle pour le handicap auditif est la plus facile à mettre en place.
  - De nombreux freins existants pour chaque maillon de la chaîne sont à lever par le plan d'action.

Élément très fort de communication : une île de diversité et de respect des différences.  
Obligation légale et sociétale.  
Impact économique potentiel fort sur le moyen et long terme.



## Diabète

### Estimation du potentiel

- Potentiel touristes européens : 10 millions
- Potentiel métropole : 800 000
- Local : 65 000 personnes diabétiques à la Réunion
- Progression

### Offre actuelle

- Aucune spécifique

### Adaptation de l'offre

- Formation des restaurateurs
- Rassurer sur l'offre médicale
- Mise en place d'un produit et d'un circuit commercial spécifique

### Atouts

- Adaptation très facile à faire
- Marché important
- Circuit commercial existant

### Freins

- Valeur ajoutée faible sur l'adaptation de l'offre.

## Dialyse

### Estimation du potentiel

- Estimation touristes européens : 150 000
- Potentiel métropole : 12 000
- Local : 1200 personnes sont traitées par dialyse à la Réunion
- Progression

### Offre actuelle

- Existence d'un produit avec centre de dialyse à proximité

### Adaptation de l'offre

- Formation
- Mise en place d'un produit et d'un circuit commercial spécifique

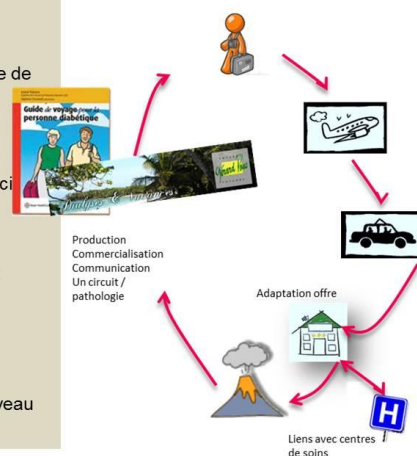
### Atouts

- Existence de 20 centres de dialyse
- Adaptation très facile à faire
- Circuit commercial existant

### Freins

- Marché faible
- Demande un positionnement au niveau européen.

Offre facile à mettre en place



## Dépression et rééducation fonctionnelle

### Estimation du potentiel

- Potentiel : Public métropolitain, affinitaires ou non
- Autre : Mayotte

### Offre actuelle

- Cliniques dépression : Le Port et St Pierre
- Cliniques rééducation fonctionnelle : Le Port Tamarins et CRF Ylang Ylang

### Adaptation de l'offre

- Atouts : Appareil unique dans l'Océan Indien pour la rééducation fonctionnelle.

### Freins

- Marchés faibles
- Offre faible : seulement quelques places disponibles
- Peu de différenciation positive et de valeur ajoutée.

## Chirurgie

### Estimation du potentiel

- Patients de l'Océan indien + Afrique de l'Est en capacité de payer les interventions et population européenne résidant dans ces pays (non évaluée)

### Offre proposée

- Accueil de patients sur des prises en charge chirurgicales plus complexes nécessitant la mobilisation du plateau technique de pointe du CHU.

### Action à conduire

- Sensibilisation des zones de marchés et estimation de l'offre
- Montage d'offre avec hébergements de type hôtelier pré et post opératoire
- Communication

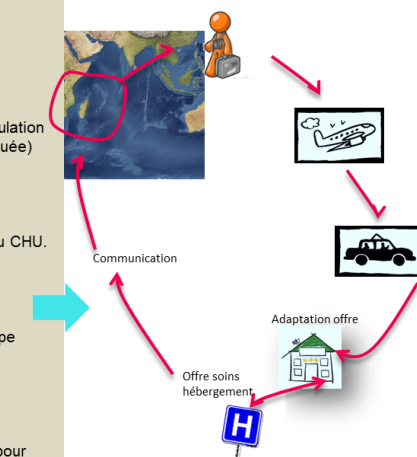
### Atouts

- Convention santé de l'Océan indien
- Qualité des soins et des équipements
- Loi de financement de la Sécurité sociale pour 2012 autorisant des interventions en permettant aux hôpitaux publics de procéder à des interventions sur devis et facturation pour des patients non assurés sociaux français

### Freins

- Communication
- Importance des marchés non connue

Potentiel à préciser  
Etude de marché à réaliser



## Thermalisme

### Estimation du potentiel

- Métropole : environ 450 000 curistes
- Local 40 000 soins par an
- Evolution en baisse pour le curatif depuis 20 ans

### Offre actuelle

- Offre Cilaos non adaptée

### Adaptation de l'offre

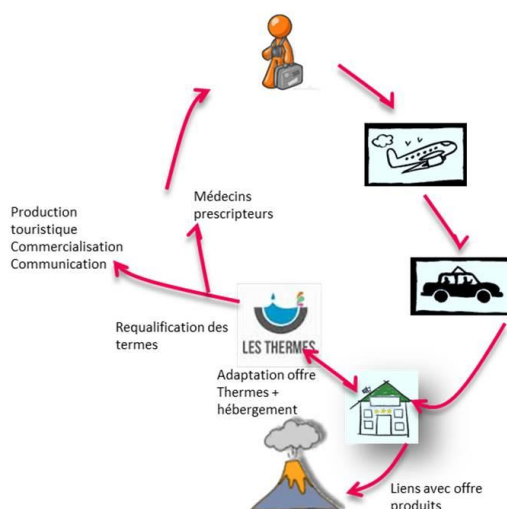
- Requalification du produit (impact financier fort)
- Evolution vers une offre mixte cure – bien être
- Offre avec hébergement à créer
- Circuit commercialisation à mettre en place

### Atouts

- Existence du site de Cilaos
- Couplage au climat et à l'offre locale potentiellement attractif
- Potentiel local fort

### Freins

- Mauvaise connaissance de l'offre de la part des médecins
- Marché curatif en réduction
- Limite du système de gestion actuel
- Etablissement vieillissant (4/5 Md'€)
- Piscine fermée
- Manque une offre bien être
- Requalification de l'offre
- Système de gestion non adapté
- Coût global du produit avec aérien





# CONCLUSION

Développer une filière de tourisme adapté doit être conduit en 2 temps :

1. Un investissement fort dans un plan à 5 ans (prévu entre 2014 et 2020) pour rendre attractive l'offre réunionnaise et permettre le décollage économique de la filière
2. Un investissement sur le long terme pour faire évoluer l'offre en continue dans le futur dans le cadre d'une vision globale de la modernisation de l'offre touristique.

Le plan à 5 ans doit s'attaquer aux points clefs de tous les maillons de l'offre afin de les rendre accessibles et attractifs :

- ✓ l'aérien ;
- ✓ le transport sur l'île ;
- ✓ les hébergements et la restauration ;
- ✓ les sites attractifs (volcan, montagne, lagon, bassins...);
- ✓ les activités phares proposées sur l'île.

Ce plan doit intégrer notamment :

- ✓ des actions d'aménagements et d'équipements
- ✓ des actions de sensibilisation
- ✓ des actions de formation

Il se composera d'une sensibilisation des acteurs et d'une recherche de financement dans le cadre des programmations européennes. Il doit permettre ensuite de mettre en place des circuits commerciaux et de communication spécifiques en utilisant, notamment, une labellisation des structures et des destinations, une web stratégie multicanal (internet classique, web2.0, accueil sur place, m-tourisme) et un positionnement général prenant en compte cette thématique.

## Le coût du plan d'action

L'évaluation des coûts du plan à 5 ans doit être considérée avec différentes approches :

- dans un cadre global de modernisation de l'offre touristique ; son montant minimum sera alors de 34 M€ ;
- en considérant uniquement les parties spécifiques au tourisme adapté sur la base d'un budget de 10 M€ ;
- ce plan devra également servir de levier à l'investissement privé, de l'ordre de 16,5 M€.

## Retour sur investissement

Compte-tenu du potentiel des différents marchés et de la progression de ces marchés dans les décennies qui viennent et même avec des taux de captation faible, développer une filière de tourisme adapté permettra de :

- conforter la filière économique du tourisme ;
- renforcer une image de diversité et de tolérance ;
- s'inscrire dans une politique globale de modernisation de l'offre.

Ce plan d'action induira un retour sur investissement sur le long terme si la Réunion arrive à développer une offre et une commercialisation attractive et si, il est possible, de considérer :

- une clientèle locale
- une clientèle métropolitaine d'agrément ou affinitaire
- une nouvelle clientèle d'origine européenne

Un touriste en situation de handicap et un accompagnant ont des dépenses supérieures environ de 20 % à un touriste classique. A la Réunion, les retombées économiques et les emplois directs créés doivent donc s'inscrire dans l'ordre de grandeur suivant :

**100 touristes, déficients  
et accompagnants, accueillis  
= 100 000 € de CA généré = 1 emploi**

10 000 personnes déficientes et accompagnants accueillis par an (soit 4000 personnes déficientes) génèreraient un CA global de 10 M€ et seraient la source de 100 emplois.

## Une communication... adaptée

La communication par rapport au tourisme adapté implique un positionnement de l'île autour d'un axe fort sur la diversité (culture, religion...) et la différence. La qualité des soins pourra être utilisée comme élément de rassurance dans le processus de communication vis-à-vis des personnes les plus fragiles.

### **Le développement de filières spécifiques santé**

Ce plan lié aux quatre formes de handicap doit s'accompagner du développement de couple produits-marchés plus spécifiques et plus faciles à mettre en place. Nous avons retenu tout particulièrement : les **diabétiques** et les **dialysés**.

La chirurgie de pointe devra faire l'objet d'une étude de marché spécifique afin d'évaluer précisément quels sont les potentiels en matière de clientèles sur l'Océan indien et l'Afrique de l'Est (personnes en capacité de payer directement pour des soins de pointe à la Réunion).

Le thermalisme sur les sites de Cilaos et de Hell-Bourg peut être une filière spécifique à développer, mais elle devra être basée sur une clientèle majoritairement locale assurant sa rentabilité, et sur une offre complémentaire, courte (1 à 7 jours) de « soins bien-être », adaptée à des touristes en séjour sur l'île.

### **Dans un cadre global de modernisation de l'offre**

L'ensemble de ce plan à 5 ans doit être intégré dans une vision plus large que le tourisme adapté et prendre en compte la modernisation de l'offre touristique

Réunionnaise notamment pour les hébergements. Cette modernisation de l'offre touristique, doit entraîner, sur le long terme une évolution de l'offre pour la rendre plus compétitive par rapport à d'autres destinations tropicales.

La modernisation de cette offre doit prendre en compte les éléments qui constitueront les points clefs de l'offre de demain : l'expérience vécue, le développement durable, l'individualisation de l'offre, le confort, la santé et le bien-être.

Dans la partie confort, se retrouvent les notions d'accessibilité universelle, d'ergonomie et de santé.

De plus en plus, la notion de bien-être fait l'objet d'une demande générale des consommateurs (12 % des européens), elle devra donc être développée dans le cadre de la modernisation.

Pour réussir ce plan, la rédaction d'un **cahier des charges et la mise en place d'une politique d'accompagnement technique et financier** permettant aux porteurs de projets d'adapter leur offre devra être une des premières actions à réaliser.

### **Sigles utilisés dans la note :**

ARS : Agence Régionale de Santé

CA : Chiffre d'Affaires

CCIR : Chambre de Commerce et d'Industrie de la Réunion

CEROM : Comptes Economiques Rapides pour l'Outre-Mer

CHU : Centre Hospitalier Universitaire

CLAP : Connaissance locale de l'Appareil Productif

CRF : Centre de Rééducation Fonctionnelle

EP : Environnement Partenaire

ERP : Etablissements Recevant du Public

FRT : Fédération Réunionnaise du Tourisme

GIHP : Groupement Insertion des Personnes Handicapées Physiques

HLL : Habitat Léger de Loisir

IEDOM : Institut d'Emission des Départements d'Outre-Mer

INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

IRT : Ile de La Réunion Tourisme

MDPH : Maison Départementale des Personnes Handicapées

OT : Office de tourisme

PSH : Personne en Situation de Handicap

UE : Union européenne

*L'étude complète est disponible sur notre site internet : <http://www.nexa.re/observer-la-reunion/publications.html>*

# NEXA Agence Régionale de Développement, d'Investissement et d'Innovation

## VISION

En tant qu'accélérateur de projets de La Réunion, NEXA a pour rôle d'accompagner le développement économique du territoire et d'en accroître l'attractivité.

L'action de NEXA vise à renforcer la compétitivité et la durabilité de l'économie réunionnaise dans les domaines piliers de la stratégie régionale :



Agroalimentaire



Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)



Energies renouvelables Environnement



Tourisme

## DES MÉTIERS INTERCONNECTÉS

Pour assurer ses missions, NEXA s'appuie sur des métiers interconnectés et centrés sur la prospective, l'animation de réseaux, la veille, l'ingénierie de projets, la mise en œuvre d'actions de promotion et la contribution à la structuration de nouvelles filières.



### CONTACTEZ NOUS

62, Boulevard du Chaudron - BP 60030 - 97491 Sainte Clotilde Cedex  
Tél. +262 262 20 21 21 / Fax +262 262 41 00 26

[observatoire@nexa.re](mailto:observatoire@nexa.re)

[www.nexa.re](http://www.nexa.re)

