



INDE - LA REUNION

PROSPECTION TOURISTIQUE DU MARCHE INDIEN

- Février 2012

Phase 1



Manuela Lesage Etudes/conseils/formations
Catherine VELLAYOUDOM (DE Consulting)
Co & Co





INDE - LA REUNION

OBJECTIFS ET METHODES DE L'ETUDE



Manuela Lesage Etudes/conseils/formations
Catherine VELLAYOUDOM (DE Consulting)
Co & Co





Objectifs et méthodes de l'étude : Etude et objectifs

- Prospection sur un marché étranger
 - Identifier de nouveaux clients touristiques potentiels pour la Réunion
 - Ouvrir à de nouveaux marchés par l'identification de nouveaux publics cibles
 - Analyser les cultures propres au pays, les habitudes de consommations différentes, les langues, le pouvoir d'achat souvent différent d'un pays à l'autre ou d'une région à l'autre
- Analyse du marché indien et du potentiel de la destination Réunion pour ce marché



Objectifs et méthodes de l'étude : Notre étude et sa méthodologie

Phase 1

Identification des produits et l'organisation touristique existante

Rencontre des acteurs du tourisme et des associations du réseau culturel

Phase 2

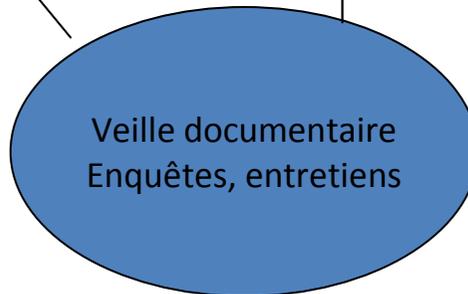
Identification du marché potentiel à Mumbai, Delhi, Chennai et Pondichéry

Phase 3

Analyse des potentialités de la destination sur ce marché

O B J E C T I F S

- Identification, analyse et qualification des réseaux d'échanges Inde-Réunion actuels
 - Liens familiaux
 - Liens culturels et cultuels
 - Liens commerciaux
 - ...
- Poids de ces réseaux et potentialités qu'ils pourraient représenter
- Identification des produits développés à La Réunion ou en partenariat avec les pays de la zone





Objectifs et méthodes de l'étude : Phase 1 : Echanges Inde – Réunion

<p>Enquête auprès de personnes ressources (associations, commerçants, et familles de La Réunion entretenant des liens avec l'Inde)</p>	<p>Description de la structuration, la mise en œuvre et le poids des réseaux existants S'appuyer sur ces réseaux pour l'enquête en Inde de la Phase 2, et en tant que supports potentiels de communication dans le cadre de préconisations</p>
<p>Enquête auprès des agences réceptives de La Réunion</p>	<p>Effets et impacts de la Convention AIOM-SNAV Etat des lieux de la clientèle touristique indienne</p>
<p>Enquête auprès des institutions (CCIR, Région, Préfecture, Consulat Général d'Inde, ...)</p>	<p>Identification d'accords indo-réunionnais existants ou partenariats pouvant ouvrir des opportunités pour le développement d'un tourisme indien à La Réunion</p>
<p>Recueil et analyse des données sur les produits touristiques réunionnais et jumelés</p>	<p>Etat des lieux des produits existants dans l'île et organisation touristique locale Analyser les produits touristiques aux vues de la demande indienne</p>



INDE - LA REUNION

PHASE 1

ENQUETE SUR LES ECHANGES INDE – REUNION EXISTANTS

1. Rencontres avec les acteurs concernés et les professionnels du tourisme



Manuela Lesage Etudes/conseils/formations
Catherine VELLAYOUDOM (DE Consulting)
Co & Co





Phase 1 : Echanges Inde - Réunion : Méthodologie de l'enquête

• Touristiques ?

• Commerciaux ?

• Culturels ?

• Culturels ?

• Familiaux ?

• Linguistiques ?

• Caritatifs ?

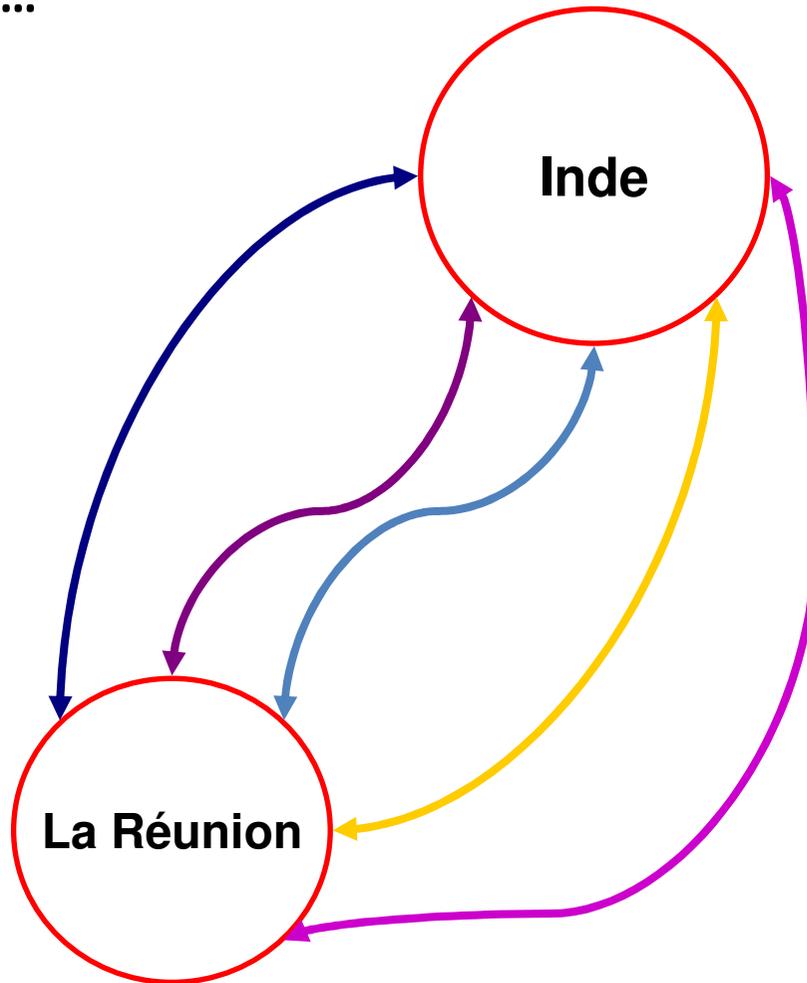
• Jumelages ?

Phase réflexive avant enquête :

Réseaux imaginés



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : Sélection des réseaux les plus couramment observés...



- Touristiques
- Commerciaux
- Culturels
- Cultuels
- Familiaux



Phase 1 : Echanges Inde - Réunion : ...Une typologie des personnes ressources selon la sélection



- Professionnels du tourisme
- Acteurs culturels et culturels
- Opérateurs économiques

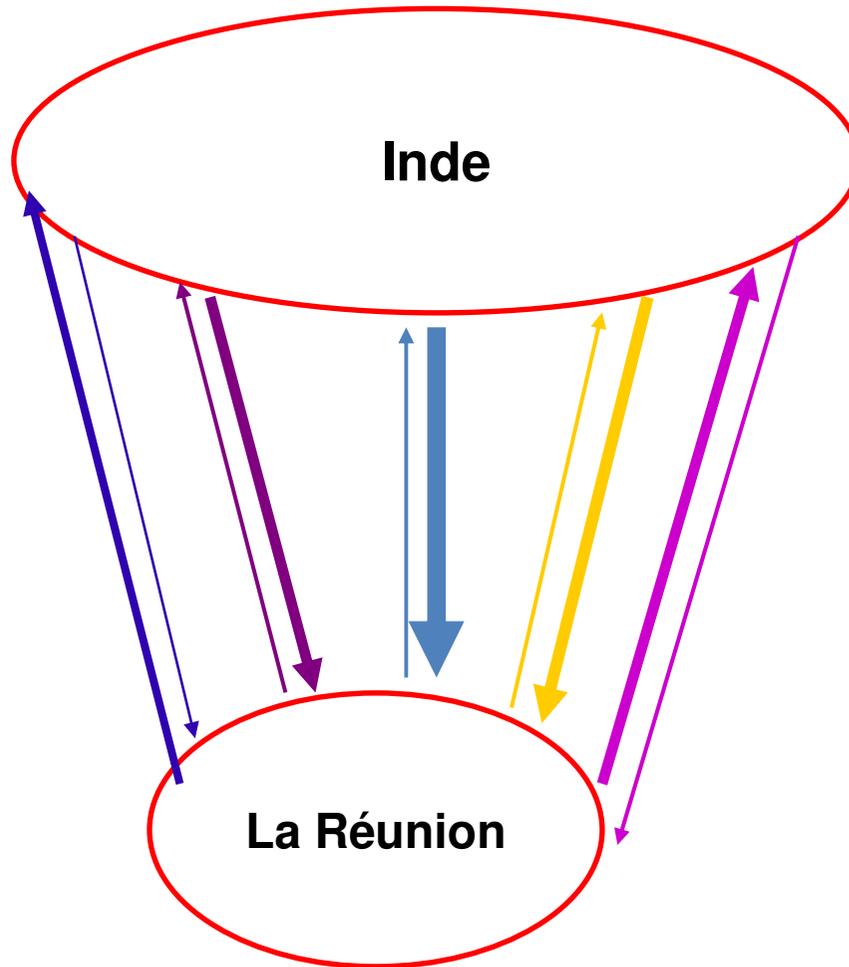


Phase 1 : Echanges Inde - Réunion : ...Des informations pour déterminer les contraintes et les éventuelles pistes d'action

- Qualification des flux
- Contraintes
- Les attentes des voyageurs
- Leur satisfaction après leur visite
- ...



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : des échanges peu comparables entre eux



- **Touristiques**
- **Commerciaux**
- **Culturels**
- **Cultuels**
- **Familiaux**



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : Genèse des échanges touristiques

➤ Touristiques :

- contact téléphonique ou par mail – éductours
- Retour aux sources

➤ Culturel :

- Promotion de la danse, du théâtre, du yoga, des savoirs faire...



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : Les attentes des touristes indiens selon les personnes ressources

- Curiosité, ouverture d'esprit
- Hébergements haut de gamme et une offre de restauration de qualité
- Se restaurer, se divertir et se déplacer la nuit
- Activités nautiques
- Circuits courts et spectaculaires
- Interlocuteurs anglophones



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : Satisfaction

- Exotisme de l'île française
- Diversité des paysages et variété des loisirs (parapente, pêche au gros, croisières...)
- L'accueil
- Le mélange des cultures
- L'harmonie des religions
- Une île peu polluée



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : récapitulatif

- Variété des flux
- Des échanges culturels et culturels prépondérants
- Des relations touristiques déséquilibrées
- Des échanges commerciaux contraints
- Des facteurs explicatifs variés



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : Facteurs évoqués expliquant la faiblesse des échanges

- Facteurs financiers

- Taux de change
 - 1 € = 65 INR
 - 1 INR = entre 1 et 2 cents €
- Bureau de change en projet
- Paiement des commerçants en euro

Méconnaissance de La Réunion

- Destination peu connue des indiens
- Ile non représentée sur certains planisphères
- La localisation se fait par rapport à Maurice



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : Facteurs évoqués expliquant la faiblesse des échanges

- **Facteurs administratifs**

- Procédure d'obtention des visas et liste des pièces à fournir trop longue

- Conditions d'attente aux guichets des consulats et ambassades
- En plus du passeport, des formulaires à remplir et des frais
- Garanties bancaires et sanitaires
- 400 € sur soi à l'aéroport
- Certificat d'hébergement / Lettre d'invitation
- Réservation d'hôtel
- Billet d'avion Aller- Retour
- Entre 15 jours à mois – 8 mois visa de travail

- La convention :

- Appréciée par la majorité des agences réceptives
- Une niche supplémentaire et dispense de marketing
- Souhaite un durée plus importante pour le développement de partenariats

- **Facteurs linguistiques**

- Interlocuteurs anglophones
- Multilinguisme en développement



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : Les préconisations des acteurs rencontrés

- Hub de Plaisance airport
- Maintenir, évaluer, adapter la convention AIOM – SNAV,
- Eductours auprès des agences mauriciennes et indiennes
- Fluidifier, réduire la lourdeur administrative de délivrance des visas
- Augmenter les moyens humains et financiers des préfetures, consulats et ambassades
- Demander le classement de La Réunion en Destination Touristique Agréée (Visite du ministre indien Valaya Ravi)
- Développer l'offre touristique haut de gamme
- Encourager le développement du multilinguisme à La Réunion
- S'appuyer sur les réseaux culturels existants



Phase 1 : Echanges Inde – Réunion : Perspectives



- Acteur géopolitique et économique incontournable
- Des relations historiques et actuelles
- De nombreuses barrières administratives
- Une Réduction des contraintes
- Un début de partenariat encouragé par tous
- Des perspectives de développement non négligeables
 - Niche envisageable dans le cadre des îles vanilles : voyage de noces des jeunes mariés indiens et mariages



INDE - LA REUNION

PHASE 1

ENQUETE SUR LES ECHANGES INDE – REUNION EXISTANTS

2. Rayonnement des principaux réseaux entre l'Inde et La Réunion



Manuela Lesage Etudes/conseils/formations
Catherine VELLAYOUDOM (DE Consulting)
Co & Co





Phase 1 : Echanges Inde - Réunion : Réseaux économiques

- La CCIR : développement d'un partenariat avec l'Inde en matière de commerce et industrie

Installation d'une antenne à Chennai

OBJECTIFS

- Représenter l'industrie et le commerce de La Réunion en Inde
- Soutenir et accompagner les entreprises réunionnaises en import/export
- Créer des liens institutionnels et économiques avec le gouvernement indien
- Réaliser des études de marché et prospections économique sur l'Inde

Événement à prévoir:

Venue de la CCI indo-française
Fin du 1^{er} trimestre 2012:
**Présentation des potentialités
du marché indien**

Opportunité / Tourisme

PROMOTION ET PARTENARIAT:

Possibilité d'accueillir un
représentant du tourisme
réunionnais dans ses locaux



Phase 1 : Echanges Inde - Réunion : Réseaux économiques

• L'agence de Développement (A.D.) et la SR 21: accueillent et accompagnent l'installation d'investisseurs dans le cadre du développement économique de l'île

OBJECTIFS

- Accompagner le développement sectoriel (énergie, environnement, tourisme, service à la personne, industrie, agroalimentaire, TIC, services aux entreprises, Biotechnologie, santé)
- Prospection à l'extérieur: en cours de développement avec 15 entreprises par an en visite

Evénement
déjà réalisé

VISITE D'UNE DELEGATION CHINOISE

Organisation de visites
d'investisseurs chinois

Opportunité /
Tourisme

TOURISME D'AFFAIRE

Organisation de visites
d'investisseurs indiens/ forum
/échanges de procédés/ etc.



Phase 1 : Echanges Inde - Réunion : Réseau transversal

- La Région Réunion : soutien aux initiatives de coopération régionale entre l'Inde et La Réunion

Exemples

- Domaine de l'enseignement/ recherche / formation/ développement des relations économiques :

Accord cadre de coopération entre l'Etat du KARNATAKA et La Réunion

- Domaine culturel :

Soutien aux initiatives des associations en matière d'échanges culturels avec l'Inde

(troupes de musique et de danse, compétences architecturales, connaissance historique/linguistique)

MCUR (organisation de colloques, rencontres, débats,...)

Evénements à prévoir:

Une mission diplomatique en 2012:
**Nouveaux partenariats en
matière scientifique et économique**

Opportunité / Tourisme

STRATEGIE TERRITORIALE CIBLEE:
Renforcement des liens entre l'Inde et La Réunion
Déclinaison d'une stratégie globale d'ouverture
économique de l'île à l'Inde



Phase 1 : Echanges Inde - Réunion : Réseaux culturels et cultuels

• Le GOPIO Réunion : GLOBAL ORGANIZATION OF PEOPLE OF INDIAN ORIGIN

OBJECTIFS

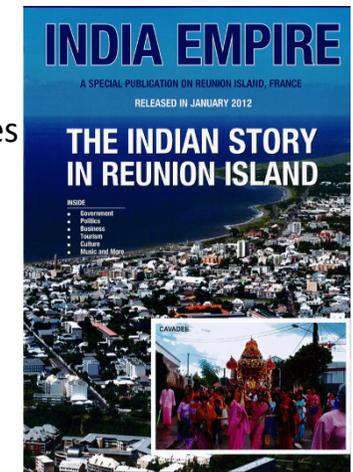
- Représenter la diaspora indienne réunionnaise dans le monde dont en Inde
- Soutenir et accompagner les initiatives liées à la valorisation du lien Inde/Réunion
- Créer des liens institutionnels et économiques avec le gouvernement indien à travers cette appartenance culturelle
- Développer la capitalisation et la diffusion de la connaissance de l'évolution de cette diaspora

Evénement à prévoir:

Venue du ministre indien du commerce (+tourisme) en 2012
Renforcer et confirmer les volontés de partenariat

Opportunité / Tourisme

FACILITATEUR D'ECHANGES:
 Communication sur les potentialités touristiques de l'île + lien avec des personnes ressources





Phase 1 : Echanges Inde - Réunion : Réseaux culturels et cultuels

- Les acteurs culturels et cultuels : ICC, Zee Tv Maurice, associations culturelles indiennes, temples associatifs, professionnels indiens (commerçants et artisans),...

Venue des Indiens à La Réunion

Événements en 2011

Le ZEE NITE Réunion
Le Sakifo
Le festival du film du Cinépalmes
Le Dipavali ; le Jour de l'An
Tamoul

Typologie de public

Artistes (comédiens, chanteurs,
musiciens, danseurs)
Techniciens
Professionnels du spectacle
Organisateurs
Sculpteurs
Prêtres ...

*Principal réseau d'échanges (entrant et sortant) entre Inde et La Réunion
en nombre de voyageurs à l'heure actuelle*



Phase 1 : Echanges Inde - Réunion: Principaux réseaux

- Réseau CCIR : représentation sur toute l'Inde + cci indo-française
- Réseau GOPIO : représentation sur toute l'Inde + internationale
- Réseau Région : accords partenariaux par région ou institution
- Réseau culturel et cultuel: échanges bilatérales

L'île Maurice l'interface incontournable de toutes ces échanges

Marché touristique indien est très faible voire « inexistant » pour certains opérateurs du tourisme réunionnais. Que représente-t-il pour l'île Maurice?





INDE - LA REUNION

PHASE 1

L'ILE SŒUR, TRAIT D'UNION ENTRE L'INDE ET LA REUNION



Manuela Lesage Etudes/conseils/formations
Catherine VELLAYOUDOM (DE Consulting)
Co & Co





Phase 1 : Echanges Inde - Réunion: L'Ile Sœur, trait d'union entre l'Inde et La Réunion

Politique mauricienne de développement du marché indien

2010		2011	
Touristes	Indiens	Touristes	Indiens
934 827	49 779 (+ 30%)	964 642 (+ 3,2%)	53 955 (+ 8,4%)

- Volonté politique et professionnelle de développer le tourisme indien haut de gamme (Bureau du Premier Ministre, partenariat Ministère du Tourisme et la Mauritius Tourism Promotion Authority - MTPA).

- Doubler le nombre d'Indiens accueillis pour 2015
- Développement de plusieurs segments intéressant les Indiens (prestigieuses activités en associant le monde économique local (petites et moyennes entreprises) : golf, polo, arts, mode, grands mariages, ...)
- Révision des frais de douane pour les invités à des mariages indiens arrivant avec des présents ; nouveau slogan pour le marché indien « Weddings are made in heaven »
- Réflexion autour de l'accès aérien d'Air Mauritius (aujourd'hui 3 vols / semaine pour Mumbai, 2 vols/ semaine pour Delhi et 1 vol/ semaine pour Bangalore/Chennai → 4^{ème} vol pour Mumbai au 1^{er} avril 2012; doublement des vols pour 2015)
- Structuration du secteur cinématographique (films Bollywood tournés à Maurice)
- Maurice : potentiel pour les investisseurs (enseignes prestigieuses internationales)



Phase 1 : Echanges Inde - Réunion. L'île Sœur, trait d'union entre l'Inde et La Réunion

Actions de promotion et de partenariat

- Ministère du Tourisme partenaire de prestigieuses manifestations sportives et artistiques (promotion de la destination)
 - ex : partenariat avec la HSBC, Kingfisher et le magazine Forbes au tournoi de golf Mercedes-Benz d'octobre 2010 à mars 2011 (clôture à Maurice)
- Août 2011 : atelier de travail MTPA / Air Mauritius et 36 tour-opérateurs indiens
- Hôtels proposent nouvelle cuisine indienne

Opportunités

- Obtention du World's Leading Island Destination 2011 (World Travel Awards 2011, Qatar), outil de promotion important
- Réaction à la crise de la zone euro
 - Cibler marchés nordiques (Suède, Norvège, Finlande et Danemark)
 - Consolider marchés réunionnais et sud africain
 - Road shows dans les marchés émergents à fort pouvoir d'achat (Inde, Russie, Chine)



INDE - LA REUNION

PHASE 1

QUELQUES ELEMENTS DU PRODUIT TOURISTIQUE REUNIONNAIS



Manuela Lesage Etudes/conseils/formations
Catherine VELLAYOUDOM (DE Consulting)
Co & Co





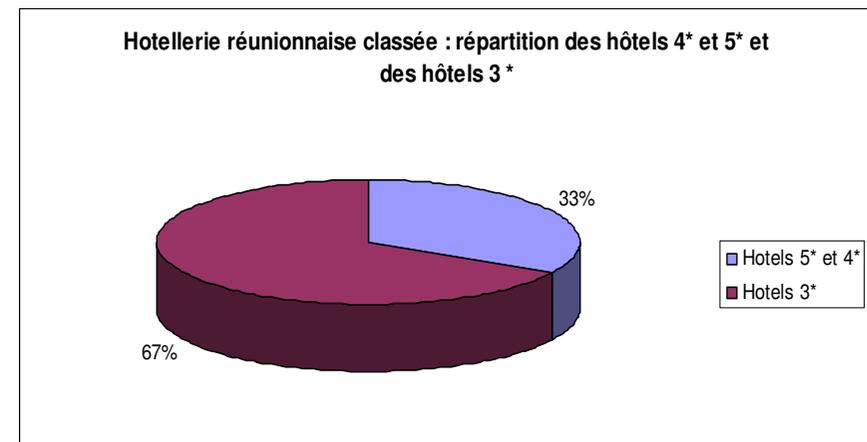
Phase 1 : Quelques éléments du produit touristique réunionnais : La Réunion, quel produit touristique?

<p>Une offre culturelle diversifiée</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des visites pédagogiques variées : Observatoire astronomique Makes, Maison du Curcuma, ... • Des circuits guidés : nature et patrimoine, sous-marin, religions, Camp Marron, cases créoles, ... • Un patrimoine riche à découvrir: Industriel / sites historiques/ cultuel et religieux • Les musées et espaces d'exposition <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prédominance du Sud et du Nord ➤ Expositions permanentes et temporaires ➤ Arts (peintre, sculpture, ...), artisanat et savoir faire locaux, vie lontan, ...
<p>Une nature luxuriante</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sites naturels : Pitons, remparts et Cirques Patrimoine Mondial de l'UNESCO. Dans toutes les régions, des sites remarquables et riches (paysage, biodiversité, marques de l'histoire de l'île, ...) • Jardins botaniques et autres aménagements à visiter : prédominance de la région Sud
<p>Une offre d'activités sportives exceptionnelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Extrême : parapente, escalade, acrobranche, ULM, ... • Activités nautiques : surf, kite surf, canyoning, rafting, pêche au gros, plongée, mini croisières, ... • Randonnées : courses de montagne, sentiers de randonnée, sentiers de cascades et bassins, ...



Phase 1 : Quelques éléments du produit touristique réunionnais : Focus sur l'hébergement

- Une grande diversité d'hébergements non hôteliers et de proximité avec la population pour plusieurs publics
- Des labels porteurs de qualité
 - Ex : Bienvenue à la Ferme : 10 fermes auberges, 2 chambres, 1 ferme équestre, 1 ferme de découverte, 2 campings à la ferme
- Une hôtellerie développée ...
 - 53 hôtels classés
- ... davantage tournée vers la moyenne gamme
 - 1 seul hôtel 5 étoiles
 - 7 hôtels 4 étoiles
 - 5 hôtels avec SPA
- Des opportunités de développement vers davantage de haut de gamme avec la politique touristique de la Région Réunion et ses possibilités de financement





Phase 1 : Quelques éléments du produit touristique réunionnais : Focus sur le transport des touristes

- Infrastructures et transports en commun : Bonne desserte générale: Réseau de bus intercommunal + liaison des écarts depuis les villes / Taxis collectifs (Non bilingues)
- Location de voitures : internationaux et locaux (période rouge d'octobre à décembre)
- Transports touristiques : dizaine de transporteurs locaux (cars de tourisme ou microbus). 3 habilités tourisme : transferts, excursions, circuits, nocturnes... Chauffeurs guides (anglais, allemand, français) ou guides indépendants. Transport en 4X4 pour certains sites. 3 compagnies hélicoptères (survols, marchandises, personnes, paysages,...)



INDE - LA REUNION

PHASE 2

IDENTIFICATION DU MARCHE INDIEN POTENTIEL

Rencontres programmées



Manuela Lesage Etudes/conseils/formations
Catherine VELLAYOUDOM (DE Consulting)
Co & Co





Phase 2 : La prospection en Inde : Rencontres programmées

Professionnels du tourisme en Inde

Rencontres individuelles

Salons du tourisme

Autres professionnels

(issus des réseaux Inde/Réunion)



Phase 2 : La prospection en Inde : Professionnels du tourisme en Inde

Rencontres individuelles :

- T.O. par les agences (2 à 3 par ville: Madras + Pondichéry / Bombay / New Delhi)
- Ambassade à Delhi + Consulat général de Bombay et de Pondichéry
- Atout France à Bombay
- 2 professionnels (agences réceptives) connaissant La Réunion et ses produits

OBJECTIFS

- Recenser les offres des opérateurs touristiques
- Identifier les habitudes de voyage des indiens
- Appréhender les blocages administratifs à lever
- Avoir la visions des indiens sur la destination Réunion



Phase 2 : La prospection en Inde : Professionnels du tourisme en Inde

Salon du tourisme SATTE :

10 – 12 février 2012 à Delhi
15 – 16 février 2012 à Bombay

En 2011:

- √ 29 pays représentés
- √ 25 représentants institutionnels du tourisme Indien
- √ 292 représentants internationaux
- √ 305 représentants indiens
- √ 6 403 acheteurs
- √ 9 255 bénéficiaires

En 2012 les organisateurs se donnent pour ambition de réunir le plus grand nombre de T.O. et d'agences de voyages des 80 villes à travers l'Inde.

OBJECTIFS

- Rencontrer le maximum de T.O. pour avoir une vision globale de leurs offres
- S'entretenir avec des voyageurs potentiels



Phase 2 : La prospection en Inde : Professionnels du tourisme en Inde

Salon du tourisme OTM :

17 – 19 février 2012 à Bombay

En 2011:

- ✓ plus de 60 pays représentés
- ✓ plus de 10 400 visiteurs

En 2012 les organisateurs se donnent pour ambition d'offrir aux indiens le plus large panel de destinations de voyage.

OBJECTIFS

- Identifier les destinations proposées aux indiens
- Avoir une vision globale de leurs offres
- S'entretenir avec des voyageurs potentiels



Phase 2 : La prospection en Inde : Professionnels du tourisme en Inde

Autres professionnels (issus des réseaux Inde/Réunion identifiés)

- Alliance Française
- Réseau AFII: Invest in France à Delhi
- UBIFRANCE
- CCI indo-française + Mission économique
- Indian Empire
- ...

Focus sur:

- Wedding planner
- Zee tv Inde
- ...

OBJECTIFS

- Identifier les potentialité de partenariat et de développement pour le tourisme
- Rechercher des niches de développement



MERCI DE VOTRE ATTENTION

Manuela Lesage Etudes/conseils/formations
Catherine VELLAYOUDOM (DE Consulting)
Co & Co





- République fédérale
- 3 287 263 km²
- 1,21 milliards d'habitants
- 1,76 % de croissance démographique
- Une « Eclatante santé économique » selon le Figaro
- 8,5 % de croissance du PIB en 2010



	Structure	Contact	Intérêt	Coordonnées
Professionnels du tourisme	21 ème Parallèle	Valérie Souci	Convention SNAV - AIOM sur la procédure dérogatoire de délivrance des visas	0693 90 90 83
	Comptoirs Corail	Emmanuel Laurent		0262 33 88 88
	Papangue Tours	M. Loga		0692 67 51 57
	Connections Réunion	Aurélie Fontaine		0262 93 13 98
	1000 Tours	Armelle Labesse		0262 22 55 00
	Bourbon Tourisme	Aurélie		0262 33 08 70
	Nouvelles Frontières	Maryline Meslet	Acteur incontournable de tourisme mondial	mmeslet@nouvelles-frontieres.fr
	Saint-André	Véronique Lovelas	Commune liée à la culture indienne	0262 46 91 63
	Saint-Philippe	Valérie Payet	Paysage apprécié par les indiens venus sur l'île	0692 62 30 91
	Auberge Chez Moïse Sainte-Suzanne	Catherine Mangar	Hébergement de commerçants indiens Dipavali - Saint-André	0692 23 59 00
Acteurs culturels	FAGRHCTR Fédération Tamoule de La Réunion	Daniel Minienpoullé	Travail pour le développement des échanges Inde-Réunion	0692 69 76 79
	Association Réunionnaise des Relations et Créations Culturelles - ARCC	Sabine Paulic	Promotion de la culture indienne Repérage d'artistes indiens - Contrat de travail Organisation de spectacles et de cours à La Réunion	0692 66 36 34
		Chantal Marimoutou	Voyages réguliers en Inde avec réunionnais d'origine indienne	0692 85 56 58
		Danièle Coiscaud		0262 59 07 84
	Jacqueline Carpin	En contact avec des réunionnais voyageant en Inde	0692 67 59 80	
Opérateurs économiques	Restaurant Karma - Saint-Pierre & SARL Mahavastu Importation artisanat	M. Mme Ravdjee	D'origine indienne Contrat de travail pour cuisinier indien Importation d'artisanat indien	0692 94 96 64
	India Vidéo	Mme Ama Zagjiman	Indienne Accueille régulièrement sa famille	0262 94 37 54
Acteurs culturels	Ashram Chinmaya Sainte-Suzanne	M. Lordmi Mme Apavou	En contact avec des indiens - Sri Lankais	Quartier Français, Chemin Cascade Délices
		André Amavy	Pratiquant des marches sur le feu Voyage réguliers en Inde	0693 92 73 45