



**Programmes Opérationnels Européens
2014-2020
FICHE ACTION**

Page 1

Intitulé de l'action 10.2.13 Promotion marketing Plan de relance du Tourisme

Axe 10	Axe 10 – Volet REACT UE du PO FEDER 2014-2020 de La Réunion
Objectif thématique (art. 9 Règ. général et Règ. FEDER)	OT 13 Favoriser la réparation des dommages à la suite de la crise engendrée par la pandémie de COVID 19 et préparer une reprise écologique, numérique et résiliente de l'économie
Objectif Spécifique	OS 25- Impulser une dynamique de relance de l'économie, notamment des secteurs les plus touchés par la crise sanitaire
Priorité d'investissement (art. 5 Règ. FEDER)	10a - Favoriser la réparation des dommages à la suite de la crise engendrée par la pandémie de COVID 19 et préparer une reprise écologique, numérique et résiliente de l'économie
Intitulé de l'action	10.2.13 Promotion marketing Plan de relance du Tourisme
Guichet unique	Guichet unique Entreprises et Développement touristique

CONTEXTE

La Réunion a été particulièrement marquée par les conséquences de la crise sanitaire du COVID 19 qui a débuté au premier trimestre 2020. Cette crise a notamment porté un coup d'arrêt à la reprise économique entamée en 2019 avec des impacts importants notamment sur les activités touristiques (avec une perte de 61 % du chiffre d'affaires en 2020 et de 60 % des activités touristiques), le BTP (avec une perte exceptionnelle de 58 % (le double des autres DOM pendant le premier confinement), et le commerce.

Par ailleurs, les mesures de confinement mises en place en 2020 ont été révélatrices de la vulnérabilité des appareils éducatif, administratif et productif réunionnais, et de l'importance de la digitalisation.

Pour faire face à cette situation inédite et suite aux décisions des instance européennes, un volet REACT-UE a été intégré au PO FEDER 14/20 et il s'articule autour des 4 objectifs spécifiques suivants :

- Soutenir les investissements dans le domaine de la santé ;
- Impulser une dynamique de relance de l'économie notamment des secteurs les plus touchés par la crise sanitaire ;
- Poursuivre la transition vers une économie verte décarbonée ;
- Développer l'accès au numérique et améliorer la résilience des systèmes éducatifs et administratifs.

Dans une perspective de relance de l'activité économique, il convient notamment de soutenir via un plan de promotion, la reprise de l'activité touristique au regard de l'importance que joue ce secteur d'activité dans l'économie de l'île.



I. OBJECTIFS ET RÉSULTATS

1. Descriptif de l'objectif de l'action

La crise sanitaire COVID-19 a très fortement impacté l'activité touristique de La Réunion en provoquant, dès 2020, une baisse de fréquentation des touristes extérieurs de 60 % par rapport à l'année 2019, ainsi qu'une baisse de 61 % de recettes extérieures.

Cette crise se poursuit au premier semestre 2021 au regard des conditions particulières d'une région ultra- périphérique où les déplacements intra nationaux doivent être limités.

Aussi, l'objectif poursuivi est de relancer la destination Réunion par des actions de promotion de la destination au regard de la forte concurrence internationale prévisible afin d'accompagner le secteur touristique dans son objectif de retrouver un niveau d'activité comparable à la situation d'avant crise.

2. Contribution à l'objectif spécifique

Ce dispositif permettra de soutenir la visibilité et la notoriété de la destination Réunion sur les marchés émetteurs de clientèles métropolitaine et internationales (principalement européenne), et ainsi d'accompagner la reprise des activités du secteur particulièrement affecté par la crise.

3. Résultats escomptés

La relance de l'activité touristique et de l'attractivité du territoire contribue de manière décisive à la création de valeur ajoutée puisqu'il s'agit du secteur qui a le plus contribué à la baisse du PIB en 2020. L'objectif est de retrouver en 2023 (sous réserve des conditions sanitaires) le niveau atteint en 2019.

II. PRÉSENTATION DE L'ACTION

Le secteur du tourisme a été l'un des secteurs les plus créateur de richesse et d'emplois depuis 2010, facteur de montée en compétitivité de l'ensemble de l'économie, de rayonnement régional, d'exportation, d'innovation et de savoir-faire grâce à la promotion de l'offre touristique du territoire.

Il constitue un relais de croissance susceptible de renforcer la compétitivité de La Réunion et de favoriser son ouverture sur de nouveaux marchés.

La présente action vise à repositionner la destination Réunion dès que les conditions sanitaires le permettront sur les marchés émetteurs de clientèle, en créant des conditions favorables au développement d'une offre touristique durable qui constitue un atout intrinsèque de la destination.

Ces actions sont prévues sur deux ans, sur les années 2021 et 2022 et pourront être prolongées en 2023 si la situation du marché en 2021 ne permette pas leur mise en œuvre efficace en 2021.



1. Descriptif technique

Ce dispositif permettra d'accompagner :

- les actions de communication, de promotion (salons, éductour, workshop...) et de commercialisation de la destination Réunion sur les marchés prioritaires, afin de reconquérir des parts de clientèles et de relancer la fréquentation touristique extérieure de l'île en sortie de crise ;
- les actions relatives à l'organisation d'événementiels afin de redonner de la visibilité et renforcer l'attractivité de la destination sur les marchés prioritaires, dans un contexte de plus en plus concurrentiel du fait de la crise ;
- le développement et mise en marché de produits touristiques valorisant les spécificités de La Réunion, notamment au regard du classement Patrimoine Mondial de l'Unesco ;
- la collecte de données et études nécessaires à la veille et à l'observation touristique pour adapter l'offre à l'évolution des marchés (pratiques, attentes, tendances...), anticiper les évolutions, et développer une capacité de résilience et de réactivité au vu de l'impact de la crise sur le comportement de la clientèle.

2. Sélection des opérations

- Rappel des principes de sélection du programme :

- Contribution du projet aux objectifs UE 2020
- Contribution du projet à la stratégie du PO
- Contributions aux objectifs spécifiques de REACT UE
- Sélection des projets en fonction de leur contribution à l'atteinte de objectifs de réalisation
- Sélection des projets au regard de leur maturité sous l'angle de la faisabilité temporelle et du plan de financement

- Statut du demandeur :

Organismes assurant une mission d'intérêt général à l'échelle de La Réunion et disposant des compétences relatives au développement touristique tels que l'IRT (communication, promotion, mise en marché, observation touristique..).

Les structures en charge de l'accueil, l'information, l'animation touristique locale... (offices, Fédération Réunionnaise du Tourisme ...) ne sont pas intégrés dans cette action et pourront bénéficier d'autres moyens d'accompagnement.



- Critères de sélection des opérations :

- présentation d'un programme d'actions définissant un plan de relance de la destination, cohérent avec les axes stratégiques du Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion (SDATR) et s'appuyant sur un tourisme durable.

- Marchés définis par le Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion (SDATR) approuvé en 2018 par les acteurs du Tourisme :

- marchés prioritaires : France, Allemagne, marchés européens francophones (Belgique, Suisse, Luxembourg), marché régional (Maurice et Afrique du Sud) ;
- marchés en combinés avec les Îles Vanille dont l'île Maurice : Grande Bretagne, Italie, Chine, Inde ...
- marchés "test"/à opportunité : Europe du Nord, Europe de l'Est ...

3. Quantification des objectifs (indicateurs) :

Indicateur de réalisation	Unité de mesure	Valeurs	Indicateur de performance
		Cible (2023)	
Pas d'indicateur du PO			x Non

Au regard du caractère particulier de la mesure, il est proposé en tant qu'indicateur d'observer le nombre d'entrée touristique sur le territoire, avec pour valeur cible ambitieuse, que le niveau observé en 2019 du nombre de touristes, soit retrouvé fin 2023.

Il s'agit dans le cas d'espèce d'un indicateur « hors PO ».

4. Nature des dépenses retenues/non retenues spécifiques à l'action

- Dépenses retenues spécifiquement :

- Les dépenses éligibles sont celles directement liées à la réalisation du plan d'action et relative aux actions d'observation, de veille, de communication et de promotion.



Intitulé de l'action

10.2.13 Promotion marketing Plan de relance du Tourisme

- Les dépenses acquittées en année N-1 relatives au paiement des frais liés à la réservation de stands en année N pour les salons réalisés sur les marchés éligibles cités ci-dessus, à condition que l'engagement de la commande soit postérieure au 1^{er} juillet 2020.

- Dépenses non retenues spécifiquement :

- Le matériel et les équipements de bureau,
- Le matériel roulant,
- Les frais financiers (bancaires) et la TVA,
- Les dépenses inférieures à 500 €,
- Toute dépense facturée ou acquittée antérieure au 1^{er} janvier 2021 ne sera pas retenue dans l'assiette éligible exception faite des frais d'inscription pour les salons indiqués ci-dessus.

III. CRITÈRES DE RECEVABILITÉ ET D'ANALYSE DE LA DEMANDE

1. Critères de recevabilité

- Concentration géographique de l'intervention (toute l'île, zone des Hauts, zone urbaine, autres) :

La Réunion

- Pièces constitutives du dossier :

Voir dossier de demande type (cf. guide du porteur de projet FEDER).
Demande-type datée et signée par le bénéficiaire comprenant un dossier de présentation du programme d'actions avec coût prévisionnel détaillé par action.

2. Critères d'analyse de la demande

Outre le respect des critères de sélection, il sera analysé :

Complétude du dossier : description de l'opportunité de chaque action (contexte, marché ciblé, coût, retombées...) en lien avec le plan de reprise du tourisme.

Effet des actions sur le développement du secteur touristique de l'ensemble du territoire.

IV. OBLIGATIONS SPÉCIFIQUES DU DEMANDEUR

Les structures bénéficiaires doivent :



Programmes Opérationnels Européens 2014-2020 FICHE ACTION

Page 6

Intitulé de l'action

10.2.13 Promotion marketing Plan de relance du Tourisme

- disposer de compétences et moyens internes nécessaires à la mise en œuvre des actions ;
- disposer d'une comptabilité analytique et au regard de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 présenter un compte rendu financier attestant de la conformité des dépenses par rapport à la subvention dans les 10 mois suivant la fin de l'exercice pour lequel elle a été attribuée ;
- S'engager à conserver l'ensemble des pièces justificatives concernant l'opération financée jusqu'à la date limite à laquelle sont susceptibles d'intervenir les contrôles, soit jusqu'au 2029.
- définir et appliquer des procédures de mise en concurrence conforme au code des marchés publics si elles relèvent de cette législation
- assurer les mesures de publicité propres aux aides européennes ;
- mentionner les financements publics notamment ceux de l'Union Européenne via REACT UE lors de toute action de promotion et de communication d'une opération soutenue et insérer les logos des financeurs publics sur tous supports.

V. MODALITES FINANCIÈRES

Régime d'aide : Si oui, base juridique :	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non
Préfinancement par le cofinanceur public :	Oui <input type="checkbox"/> Non
Existence de recettes (<i>art 61 Reg. Général</i>) :	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non

- Taux de subvention : 100 %
100 % FEDER
- Plan de financement de l'action

	FEDER
Dépenses éligibles = 100	100 %

Nb : Tout financement public complémentaire est interdit.



Programmes Opérationnels Européens 2014-2020 FICHE ACTION

Page 7

Intitulé de l'action 10.2.13 Promotion marketing Plan de relance du Tourisme

La participation d'un autre fonds/ instrument européen est interdite sur le même périmètre de dépenses

- Services consultés : Néant
- Comité technique :

Vérification par le CLS (agissant aussi en tant que comité de pilotage du plan de relance par le financement de la politique de cohésion) de la cohérence des financements dans le cadre des différents plans de relance.

VI. INFORMATIONS PRATIQUES

- Lieu de dépôt des dossiers :

Guichet Unique Entreprises et Développement Touristique – Hôtel de Région Pierre Lagourgue

- Où se renseigner ?
 - Guichet d'accueil FEDER
Hôtel de Région du Moufia, Saint-Denis
Tél : 02 62.48 70 87
Courriel : accueil_feder@cr-reunion.fr
www.regionreunion.com

Guichet Unique: Entreprises et Développement touristique
Site Internet : www.regionreunion.com

- Service instructeur :

Guichet Unique Entreprises et Développement touristique

VII. RATTACHEMENT AUX PRINCIPES HORIZONTAUX ET OBJECTIFS TRANSVERSAUX COMMUNAUTAIRES

- Respect du principe du développement durable (art 8 du Règ. Général et point 5.2 du CSC)

Sans objet

- Poursuite de l'objectif de l'égalité entre hommes et femmes et de la non discrimination (art 7 du Règ. Général et point 5.3 du CSC)

Sans objet

- Respect de l'accessibilité (article 7 paragraphe 2 du Règ. Général et point 5.4 du CSC)



**Programmes Opérationnels Européens
2014-2020
FICHE ACTION**

Page 8

Intitulé de l'action

10.2.13 Promotion marketing Plan de relance du Tourisme

Sans objet

- Effet sur le changement démographique (point 5.5 du CSC)

Sans objet