

LA MAISON DU TOURISME BLEU DE SAINT-GILLES (VILLAGE TOURISTIQUE)



DESTINATION
TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST
CANDIDATE

commune de
Saint-Paul 
ILE DE LA REUNION
BERCEAU DU PEUPLEMENT



Contexte :

Le TCO a souhaité conforter la station balnéaire de Saint-Gilles-Les-Bains, qui concentre une activité balnéaire et touristique intense, comme « vitrine touristique » de la région ouest et plus largement de toute l'île. Pour cela, la communauté d'agglomération a décidé de lancer une étude d'opportunité et de faisabilité économique d'un village touristique sur la zone balnéaire, face au port de plaisance de Saint-Gilles-les-Bains.

Par la réalisation de ce village, la volonté du TCO est de mettre à l'honneur et de valoriser la culture, ainsi que les traditions et savoir-faire réunionnais, de proposer aux touristes et visiteurs un lieu d'accueil et d'information de qualité, de proposer également aux artisans réunionnais les moins structurés, des locaux de qualité et abordables, ainsi qu'un espace de promotion adéquate afin de les aider à pérenniser leur activité.

Ainsi, dans ce projet de village touristique, l'aménagement et l'équipement du site seront pensés afin d'y organiser des activités et services touristiques sous la forme d'un véritable pôle touristique attractif, par :

- L'implantation du bureau d'information touristique de Saint-Gilles les bains de l'office de tourisme intercommunal de l'ouest ;
- La réalisation d'espaces pour la valorisation des savoir-faire et des métiers « lontan » ;
- L'aménagement d'un jardin destiné à la détente et à la relaxation des visiteurs, lieu de programmation d'animations culturelles tout au long de l'année ;
- La création d'un restaurant basé sur « l'authenticité des produits réunionnais ».

Il est à noter que ce projet de création d'un village touristique a été initié par la commune de Saint-Paul, dans le cadre d'un contrat de prestations intégrées signé avec la SPL TAMARUN. Le projet a été transféré au TCO par avenant au CPI initial (par délibération 2017-082-BC-2 du bureau communautaire du 2 octobre 2017), dans le cadre du transfert de la compétence « promotion du tourisme ».

En effet, la loi NOTRe par son article 68 modifie l'article L.134-2 du code du tourisme : « les communautés de communes et les communautés d'agglomération exercent de plein droit, en lieu et place des communes membres, la compétence en matière de promotion du tourisme ; dont la création d'offices de tourisme, au sens du 2° du I de l'article L.5214-16 et du 1° du I de l'article L. 5216-5 du code général des collectivités territoriales ».

Le TCO a mandaté la SPL TAMARUN pour cette mission, afin de lui permettre de vérifier le potentiel du projet et les différents scénarios de faisabilité possibles. Dans un premier temps, la SPL a été missionnée pour mener les premières études sur l'opportunité et la faisabilité économique du projet.

D'une superficie de 1600 m², la parcelle retenue pour le projet de village touristique est référencée DE10 et se situe sur la zone balnéaire de Saint-Gilles-les-Bains, , en face du Port de plaisance, en zonage touristique au PLU (plan local d'urbanisme), avec une orientation d'aménagement prioritaire axée sur le tourisme dans cette zone.

Le site bénéficie d'une forte exposition privilégiée à proximité des commerces et services de la zone portuaire de la station balnéaire.

Objectifs :

Le village touristique a pour but de devenir une « vitrine touristique » valorisant la culture, les traditions, les « savoir-faire » et l'artisanat réunionnais, mettant en valeur les prestataires touristiques et notamment ceux des hauts. Les visiteurs pourront découvrir au sein de ce village l'authenticité et les traditions de la Réunion et pourront y vivre une « expérience ».

Ce lieu sera également dédié à l'accueil et l'information des touristes et visiteurs sur les activités et les hébergements touristiques de la zone ouest, avec l'implantation du bureau d'information touristique. Cette relocalisation de l'antenne de Saint-Gilles-les-Bains de l'Office de Tourisme Intercommunal de l'Ouest permettra une meilleure gestion de la clientèle touristique. Tout le potentiel de l'Office de tourisme y sera mis en exergue et ses qualités de service, ainsi que la diversité de ses produits bénéficieront d'une visibilité permanente.

L'espace sera pensé pour devenir un lieu à forte fréquentation touristique, favorisant les échanges et la communication ; un véritable pôle touristique et d'animation qui générera des retombées économiques et sera créateur d'emplois.

La conception envisagée sera également respectueuse de l'environnement et privilégiera l'utilisation de matériaux locaux.

Actions

Dans un premier temps, le TCO a souhaité pouvoir s'appuyer sur des bases d'études économiques et financières solides pour envisager la réalisation du village touristique de Saint-Gilles-les-Bains.

Une étude en deux phases a donc été lancée :

- Phase 1 – étude d'opportunité comprenant : un benchmark ; une analyse juridique de montage du projet ; l'étude de la filière « d'art » ; des entretiens avec les acteurs de la filière « artisanat locale » et les partenaires institutionnels du projet ; les pistes de positionnement touristique et commercial du village touristique.
- Phase 2 – étude de faisabilité économique comprenant : une proposition de programmation d'offres d'activités, avec une grille tarifaire selon chaque type d'activité et une répartition des espaces ; la définition du montant prévisionnel de l'investissement, des coûts et recettes d'exploitation du village sur 5 ans ; la proposition de 3 scénarios (à minima) de gestion du village ; les préconisations sur les différents modes de gestion possibles afin d'optimiser la rentabilité ; la présentation d'une esquisse.

Prochaines étapes :

- Validation du projet par les élus
- Lancement des études de programmation
- Réalisation des travaux

Estimatif : 2, 5 millions €

ETUDE D'OPPORTUNITÉ ET DE FAISABILITÉ ÉCONOMIQUE VILLAGE TOURISTIQUE DE SAINT-GILLES-LES-BAINS

PHASE 1 - ETUDE D'OPPORTUNITE



QUELS SONT NOS AXES DE DIFFÉRENCIATION PORTEURS D'UNE « ÂME » ?

Patrimoine et savoir faire historique Réunionnais



Une **approche « intégrée »** de l'artisanat local et de la mise en valeur des savoir-faire historiques menacés par l'importation de produits Ol et par l'oubli de ces pratiques

Proximité avec une ressource artisanale déjà très présente sur le TCO



Une production artisanale diversifiée avec une **spécificité « authentique et Péri »** autour de la **matière première locale**

Une vocation de professionnalisation et de valorisation de talents avec une notion d'entraide



Une réponse aux enjeux d'**insertion par l'activité économique**

Une offre modulable à la fois en matière d'offre et de gestion



Une inscription dans la politique de développement touristique intercommunale et régionale

Une offre accompagnée d'un programme d'animation essentiel pour faire vivre le site

Des scénarii de positionnement pour donner une « identité » au lieu et porter des signes distinctifs durables et engager vers une consommation durable et équitable



Aux vues des attentes des cibles (critère pertinence) et des capacités du site (critère crédibilité), **mais également des grands principes de positionnements déjà établis par la maîtrise d'ouvrage, 4 positionnements pourraient être proposés pour le village touristique dans un principe de MODULARITÉ :**

A. Un site multi activités qui trouve, dans sa diversité, des éléments de distinction par rapport à l'offre environnante/concurrente.

>>> **Un positionnement à écarter au vue de la capacité surfacique du site trop petite pour accueillir autant d'offres différentes. Les espaces seraient alors trop restreints et ne seraient pas qualitatifs.**

B. Un site totalement dédié à l'artisanat sans commerces.

>>> **Des difficultés à prévoir en terme de viabilité économique du site.**

C. Un site diversifié et adapté à l'offre et à la demande actuelle

>>> **Scénario à privilégier pour obtenir un équilibre économique, financier et technique**

D. Un site peu diversifié conçu autour d'espaces commerciaux et du BIT uniquement Le village artisanal de St Leu visité pendant la phase 1 correspondent à cette typologie.

>>> **Un positionnement à écarter au vue du site et des clientèles pour se concentrer sur site multi activités**


MATRICE DE DECLINAISON DU POSITIONNEMENT 4 SCENARIOS
Un principe de modularité

Possibilité d'optimisation de la gestion des espaces

	Espace accueil tourisme dédié à l'OTI de l'Ouest		Offre locative aux artisans		Offre de restauration	Offre locative aux commerçants
SCENARIO A	Bureau d'Information Touristique (BIT) 100 m ²	Boutique BIT 50 m ² comprise dans la surface du BIT	2 Espaces dédiés à l'accueil éphémère et partagé des artisans	2 Espaces dédiés à l'accueil fixe des artisans Type AOT	Restaurant 60 couverts 180 m ² environ	3 Espaces commerciaux
SCENARIO B	Bureau d'Information Touristique (BIT) 100 m ²	Boutique BIT 50 m ² comprise dans la surface du BIT				17 Espaces commerciaux
SCENARIO C	Bureau d'Information Touristique (BIT) 100 m ²	Boutique BIT 50 m ² comprise dans la surface du BIT	7 Espaces dédiés à l'accueil éphémère et partagé des artisans	8 Espaces dédiés à l'accueil fixe des artisans Type AOT	Epicerie de restauration lontan 30 – 50 m ² environ	
SCENARIO D	Bureau d'Information Touristique (BIT) 100 m ²	Boutique BIT 50 m ² comprise dans la surface du BIT	2 Espaces dédiés à l'accueil éphémère et partagé des artisans	2 Espaces dédiés à l'accueil fixe des artisans Type AOT	Restaurant 30 couverts - Salon de thé 100 m ² environ	7 Espaces commerciaux
	INVARIANTS		VARIABLES			

Les points de vigilance par élément de programmation

Espace accueil tourisme dédié à l'OTI de l'Ouest

Bureau
d'Information
Touristique (BIT)
100 m²

Boutique BIT
50 m² comprise
dans la surface du
BIT

Le projet doit accueillir
le nouveau BIT de Saint-
Gilles.

Un programme de ce nouveau BIT a déjà été travaillé et devra accueillir un espace accueil (**60m²**), une pièce pour stockage et rangement (**9m²**), un espace documentation (**10m²**), un espace réservation (**9m²**) et des sanitaires (**13m²**).

Offre locative aux artisans

Espaces dédiés à
l'accueil fixe des
artisans

Espaces dédiés à
l'accueil éphémère
et partagé des
artisans

Des produits locaux
dans des domaines
variés : design,
peintre, gastronomie,
céramique, couture,
vêtement...

Les artisans évoquent 2 types de besoins en termes d'espaces :

- des petits modules plutôt destinées à les accueillir ponctuellement des artisans (**environ 10m²**)
- Des modules de tailles moyennes à la recherche d'un emplacement plutôt permanent d'environ **25m²**.

L'enquête réalisée révèle une demande pour au moins **5 modules de tailles moyennes (25m²)** pour accueillir de façon permanente des artisans et **4 petits espaces (10m²)** pour d'autres artisans d'arts ayant des besoins moins permanents.

Offre locative aux commerçants

Espaces
commerciaux

Les surfaces demandées pour l'offre locative aux artisans sont compatibles avec celles de surfaces commercialisables. Il reste à établir le nombre de commerçants intéressés en fonction du marché actuel.

Les points de vigilance par élément de programmation

Une attention particulière sera apportée au choix de l'offre de restauration pour se distinguer de l'offre déjà existante dans le secteur dans une dynamique de circuits courts.

Offre de restauration

Restaurant
60 couverts
180 m² environ

SCENARIO A
Une cuisine traditionnelle
« comme à la maison »

Cet espace restauration d'une capacité de 60 couverts occuperait environ **180m²** de l'espace ciblé.

Avantage du scénario A : la création d'un restaurant permettrait de faire venir un flux de population plus important au sein de l'équipement, ce qui serait bénéfique pour les artisans.

Epicerie de
restauration lontan
30 – 50 m² environ

SCENARIO C
Un projet de type
épicerie pour mettre en
valeur la gastronomie
réunionnaise, et les
produits des artisans
réunionnais

Espace de type boutique de vente, avec vitrine / showroom pour mettre en avant les différents produits (environ **30m²**).

Avantage par rapport au Scénario A : cet espace de type boutique occupe moins de place qu'un restaurant donc permet d'accueillir plus de modules d'accueil d'artisans d'arts. En outre, l'espace ne fait pas concurrence aux autres lieux de restauration du centre ville de Saint Gilles.

Restaurant 30
couverts - Salon de
thé
100 m² environ

SCENARIO D
Un projet de type salon
de thé ouvert sur
l'extérieur

Espace de type restaurant / salon de thé avec espace extérieur (environ **100m²**).

Avantage par rapport au Scénario A : cet espace occupe moins de place qu'un restaurant et permet de se différencier des autres lieux de restauration du centre-ville

Dessertes et diagnostic fonctionnel

1

Accessibilité directe au site

Photo 1



Photo 2



Photo 3



La rue du Général de Gaulle constitue une entrée principale potentielle qui permettrait d'accentuer la visibilité du site. La voie à l'Ouest de la parcelle (Entrée 1B) et l'entrée par la rue Monseigneur Félix Maunier (Entrée 2) peuvent constituer, quant à elles, deux propositions d'accès de service. Aujourd'hui réservée aux habitations peut être envisagé le transfert de la voirie privée du lotissement en domaine public géré par l'intercommunalité ou la commune.

Le site est accessible par 2 schémas d'accès :

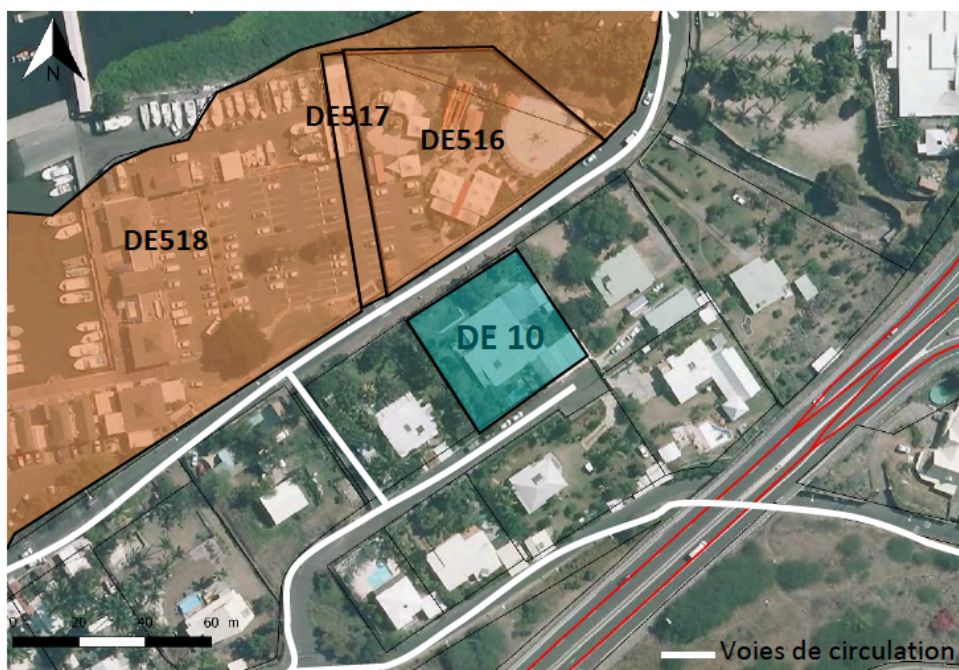
- L'un sur sa façade Nord directement par la rue Général de Gaulle (entrée 1A) à double sens de 7m de large (photo 1). Cet axe traverse le quartier de Saint Gilles les Bains et se prolonge vers la plage de Boucan Canot et le centre-ville de Saint Paul (sens Nord) ou vers les plages de l'Hermitage (sens Sud). Il est également possible d'emprunter la voie qui longe la parcelle sur sa façade Ouest (entrée 1B sur la carte et photo 2) qui débouche sur une impasse et dessert l'arrière de la parcelle mais cette dernière est une voie privée.
- La voie (entrée 2) qui débute depuis la rue Monseigneur Felix Maunier, d'une largeur de 6m permet d'accéder à l'arrière de la parcelle et se termine en impasse (photo 3) mais est actuellement fermée par des plots en béton puisque privée. On ne peut y passer qu'à pied ou à vélo, il faut donc se garer sur les parkings du cabinet de médecin et de kiné. Cette rue permet de desservir les habitations autour de la parcelle. Tandis que la rue Monseigneur Felix Maunier permet de rallier le quartier Carrosse se trouvant en amont de l'ancienne nationale.



Identification des limites de maîtrises publiques et privées

L'emprise globale de l'unité foncière du site représente une superficie de 1 600 m².

Le foncier propre à l'implantation et à la desserte du « Village Touristique de Saint-Gilles les Bains » est aujourd'hui maîtrisé par la ville. Cependant les terrains qui englobent le site et qui permettent, son bon fonctionnement sont de l'ordre de la propriété privée (parking, habitations).



N° cadastral	Nature propriété	Nom propriétaire	Superficie en m ²
--------------	------------------	------------------	------------------------------

Parcelle projet

DE 10	Publique	Commune de Saint Paul	1 600 m ²
-------	----------	-----------------------	----------------------

Parcelles alentours

DE518	Publique	Concession portuaire	13 230 m ²
DE517	Publique	Commune de Saint Paul	590 m ²
DE516	Publique	Commune de Saint Paul	2 690 m ²



La programmation du projet dépendra de la capacité à mutualiser le fonctionnement de la parcelle avec le foncier en face qui accueille aujourd'hui un parking et un centre aquatique mais aussi du cadre juridique à prévoir sur ces parcelles.

PÔLE 1. Une offre de DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE

spécialisée, durable, inclusive et de haute qualité

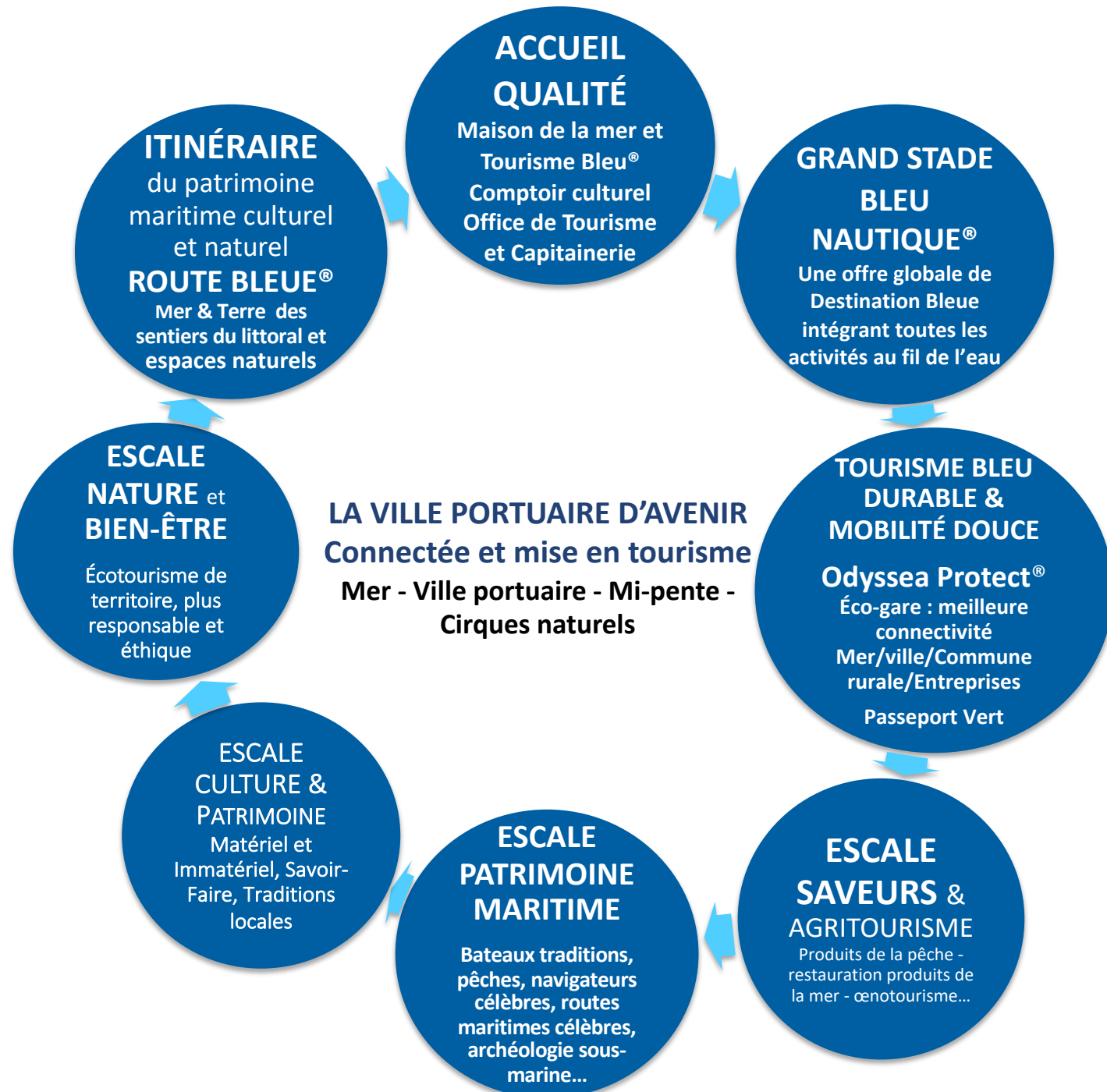
LA VILLE PORTUAIRE D'AVENIR

Elle agit pour structurer et organiser un tourisme bleu durable, visionnaire et spécialisé, intégré et associant les filières et la société civile.

« 8 pôles pour Inventer le tourisme de la croissance bleue et verte : les Destinations Bleues, une démocratisation de l'accès à la connaissance des mers et aux activités aquatiques, nautiques, patrimoines, aux savoir-faire... »



DESTINATION
TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST
CANDIDATE





DESTINATION
TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST
CANDIDATE

Rendre la destination du Territoire de la Côte Ouest unique
Grâce à une thématique identitaire définie selon un inventaire culturel des patrimoines matériels et immatériels, des paysages culturels, des avantages concurrentiels de la destination. La définition d'un marketing attractif, des offres, produits, capitalisant l'apport des innovations, du digital et de la valorisation de son patrimoine maritime

Faire de la destination du Territoire de la Côte Ouest Escale « Patrimoine Phare »

Faire de la destination du Territoire de la Côte Ouest une étape incontournable du grand itinéraire culturel maritime européen « Cultural Via Odyssea » du bassin de navigation de l'Océan Indien

Inscrire la destination du Territoire de la Côte Ouest dans le Pôle d'Excellence du Tourisme Bleu®

Plaisance, croisière, activités nautiques, aquatiques et subaquatiques, activités de plage, patrimoine maritime, savoir-faire, gastronomie, événements, balades nautiques, voile, pécaturisme...

Garantir l'attractivité des escales aux 4 saisons
Déployer par saison avec les hébergeurs et acteurs engagés, des offres, produits et services d'excellence

Qualifier la destination du Territoire de la Côte Ouest comme un territoire durable, éthique, inclusive d'excellence et solidaire
Développer les bonnes pratiques du « Pôle d'excellence d'Écotourisme Bleu », la mise en tourisme durable des routes bleues navigables : meilleure connectivité vers les sites et entreprises du littoral et l'arrière-pays, nouvelle expérience de mobilité douce plus ludique, accès à la connaissance

Mettre en synergie la destination du Territoire de la Côte Ouest et ses prestataires touristiques autour des filières d'excellence

Structurer, promouvoir et distribuer des offres, produits, services, des filières d'excellence selon les 4 thématiques d'escales Odyssea : Culture et Patrimoine, Saveurs et Gastronomie, Nature et découverte, sports, loisirs et bien-être

