

# RAPPORT D'ACTIVITÉS



Agence d'attractivité du tourisme en province sud



# 2024



# SOMMAIRE

---

- 1 STATUT ET GOUVERNANCE AU 31 DÉCEMBRE 2024
- 2 ACCOMPAGNEMENT DU SECTEUR PENDANT LA CRISE
- 3 INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT DE PROJET
- 4 GESTION STRATÉGIQUE DU RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME
- 5 ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION
- 6 COMMERCIALISATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE
- 7 RESSOURCES HUMAINES

## SPL : SOCIÉTÉ PUBLIQUE LOCALE

Statut permettant une gouvernance partagée, équilibrée et ouverte ainsi qu'une coordination optimisée entre la province Sud et les communes.

Au-delà de ses collectivités membres, la SPL permet également :

-  **La représentativité de tous les socio-professionnels**  
Via la représentation au conseil d'administration
-  **Une gestion efficiente**  
Agilité d'une entreprise privée
-  **La clarté d'une feuille de route définie par le délégué**

## LA VIE SOCIALE EN 2024

**11 MARS** - 1<sup>er</sup> Conseil d'administration en présence de 9 administrateurs. Présentation de l'arrêt des comptes de l'exercice 2023 et évocation des grands projets stratégiques prévus pour 2024.

**22 AVRIL** - Assemblée générale mixte en présence des principaux membres fondateurs : la province Sud et les communes de Nouméa, Dumbéa, Païta et du Mont-Dore.

**21 AOÛT** - 2<sup>e</sup> Conseil d'administration :

- Présentation de l'étude réalisée par SUD TOURISME sur le secteur touristique après les exactions de mai
- État des lieux de l'impact budgétaire pour SUD TOURISME et des mesures prises
- Perspectives des projets en cours et futurs
- Départ de la Direction Générale au 31 octobre 2024

**19 NOVEMBRE** - Lancement et présentation de la plateforme de vente de Sud Tourisme [www.sudtourisme.nc](http://www.sudtourisme.nc), en présence des représentants de la province Sud, des représentants des communes, de la CCI, d'Aircalin, des partenaires) et des médias.

## L'ÉVOLUTION DE LA COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN 2024



**100%** Taux de délibérations adoptées à l'unanimité

**69%** Taux de présence des administrateurs



**1** Assemblée Générale

**2** Conseils d'Administration

2023 - 100% de taux de délibérations adoptées à l'unanimité, 90% de taux de présence des administrateurs

## ORGANIGRAMME DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



**Jean-Gabriel FAVREAU**  
Président du  
Conseil d'Administration  
et représentant de la province Sud

2024 a été une année intense, marquée à la fois par la réalisation de nombreux projets stratégiques, par l'agilité et la résilience dont l'équipe de Sud Tourisme a fait preuve pour surmonter la crise et maintenir le cap aux côtés des prestataires durement impactés. Plus que jamais, la mission et les actions de l'agence d'attractivité ont pris tout leur sens, affirmant son engagement à faire rayonner la destination et à construire un avenir touristique durable et attractif.

### PROVINCE SUD



**Amandine DARRAS**



**Léa TRIPODI**



**Naïa WATEOU**



**Emmanuelle KHAC**



**Laura VENDEGOU**



**Christiane VERGER**



**Lionnel BRINON**



**Julien TRAN AP**

### BASSINS DE COMMUNES



**Valérie LAROQUE**  
Bassin A



**Gérard PIOLET**  
Bassin B



**Sabrina WEDE**  
Bassin C



**Jean-Michel LAVAL**  
Bassin D



**Evelyne DELATHIÈRE**  
Bassin E

### PROFESSIONS TOURISTIQUES



**David GUÉNANT**  
CCI

### GROUPEMENT DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES CONCERNÉES PAR LE TOURISME



**Françoise SUVÉ**

### 5 BASSINS À L'ÉCHELLE DE LA PROVINCE

#### BASSIN A

- Nouméa

#### BASSIN B

- Dumbéa
- Païta

#### BASSIN C

- Mont Dore
- Yaté
- Île des Pins

#### BASSIN D

- Boulouparis
- Thio

#### BASSIN E

- Sarraméa
- La Foa
- Farino
- Moindou
- Bourail
- Poya

# 2 ACCOMPAGNEMENT DU SECTEUR PENDANT LA CRISE

Depuis mai 2024, Sud Tourisme a fait face aux défis liés à la crise assurant les missions suivantes : mise en place du chômage partiel, assistance aux appels d'urgence, gestion de la billetterie des navettes maritimes et réalisation d'états des lieux du secteur touristique. Parallèlement elle a renforcé ses outils de communication pour promouvoir le secteur touristique avec notamment 500 nouvelles pages créées sur son site internet, dont une page spéciale consacrée aux offres et aux événements de la saison fraîche en soutien aux prestataires. Les Offices de Tourisme et Points d'Information Touristique ont, quant à eux, rouvert partiellement en août et une boutique en ligne d'artisanat local a été lancée en septembre.

A compter d'octobre, la reprise de l'activité touristique a permis d'inaugurer un nouveau Point d'Information Touristique à l'entrée du Parc Provincial des Grandes Fougères. La refonte des newsletters BtoB et BtoC a amélioré la communication avec les prestataires et le lancement du site marchand – outil phare et fédérateur, offre désormais une vitrine touristique inédite et un nouveau canal de vente pour les prestataires locaux. Une première campagne de communication a été lancée en novembre pour encourager la population locale en se familiarisant avec l'outil.



## S'ADAPTER ET MAINTENIR LE LIEN

Le territoire a connu un soulèvement social en mai 2024, qui a eu des répercussions très néfastes pour le secteur touristique avec un arrêt forcé de toutes les activités touristiques pendant plus d'un mois et une timide relance à partir du mois de juillet 2024. Dans ce contexte, Sud Tourisme a été l'interlocuteur de terrain privilégié des professionnels pour apporter le soutien nécessaire et les accompagner dans la relance.

Parmi les actions menées:



- 10 newsletters de soutien envoyées aux professionnels de mai à septembre



- 2 opérations de phoning d'ampleur : près de 600 prestataires contactés



- Participation des équipes à la cellule de crise déployée par la province Sud
- Mise en place d'un numéro d'urgence



- Mise en place et gestion de la billetterie des navettes maritimes d'urgence entre Nouméa et le Mont-Dore (Boulari et Vallon Dore)



- Recensement des touristes présents sur le territoire pour accompagner les dispositifs de rapatriement
- Accompagnement du rapatriement de 30 touristes internationaux bloqués à l'île des Pins

## ETAT DES LIEUX DU SECTEUR DURANT LA CRISE

3 RAPPORTS faisant état des conséquences de la crise sur le secteur et des perspectives de reprise ont été rédigés en mai, en juillet et en novembre et s'appuient sur :

- 1<sup>er</sup> opération de phoning menée pendant 10 jours : +160 prestataires appelés
- 2<sup>e</sup> opération de phoning menée pendant 1 mois et demi : + 420 prestataires appelés
- Formulaire de recensement de la situation des professionnels : + de 400 réponses reçues
- Formulaire de suivi sur les pertes effectives de Chiffre d'Affaires : + 130 réponses reçues
- Bilans des vacances scolaires d'août et d'octobre

## DES INITIATIVES DE SOUTIEN SPÉCIFIQUES POUR RELANCER LE SECTEUR

Sud Tourisme a initié une communication digitale ciblée pendant la crise notamment à travers la création d'une page web dédiée, mise à jour quotidiennement, pour recenser les établissements ouverts, les offres et les événements disponibles sur la période. La démarche s'est accompagnée d'emailing hebdomadaires aux professionnels et d'un relais de toutes les offres sur les réseaux sociaux.

Une boutique de vente en ligne des produits des Offices de Tourisme en Click & Collect, a également vu le jour début septembre, afin de mettre en avant les produits des artisans locaux.

50

références de produits vendus en ligne

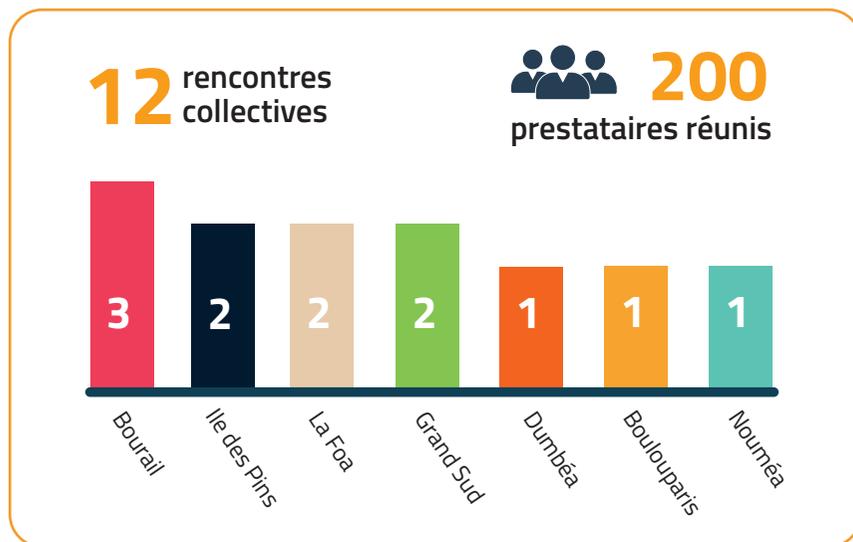
250

clics enregistrés du site principal vers la boutique de souvenirs en ligne

# 3 INGÉNIERIE ET DÉVELOPPEMENT DE PROJET

## ANIMATION

En 2024, l'agence d'attractivité Sud Tourisme a maintenu une approche proactive pour renforcer la cohésion et la collaboration au sein du secteur. Ainsi, **12 rencontres collectives** ont été organisées dans les différents bassins, réunissant plus de **200 prestataires**. Par ailleurs, au-delà des événements survenus en mai, Sud Tourisme a pris contact avec l'ensemble des **450 prestataires** du territoire.



Nombre de rencontres collectives 2024

## LES THÉMATIQUES ABORDÉES EN 2024 :

- Intégration des acteurs dans les réflexions sur l'aménagement du territoire
- Préparation au lancement du site marchand
- Présentation et suivi des projets de développement touristique
- Réseautage et partenariat
- Continuité de la structuration du secteur

Malgré une situation difficile et un secteur largement impacté, **14 nouveaux prestataires ont été accompagnés en 2024.**

## DÉVELOPPEMENT ET ACCOMPAGNEMENT DE GRANDS PROJETS TOURISTIQUES

Si de nombreux projets structurants initiés en 2023 se sont poursuivis début 2024, les événements de mai ont contraint Sud Tourisme et ses partenaires à suspendre leur mise en œuvre et à réorienter leurs actions.

## GESTION DES NAVETTES MARITIMES

A compter du mois de juin 2024 et dans le contexte de fermeture de la route de Saint-Louis, Sud Tourisme a soutenu la province Sud dans la gestion des navettes maritimes entre Nouméa et Mont-Dore. Pour assurer le bon fonctionnement de ce dispositif, 15 agents ont été recrutés entre juillet et décembre 2024. Ces agents étaient présents 7 jour sur 7 aux points d'embarquement de Moselle, de Boulari et du wharf de Vallon-Dore auprès des 2500 passagers quotidien.

Sud Tourisme a également pris part aux comités de pilotage et techniques sur ce sujet, collaborant avec l'ensemble des parties prenantes pour optimiser un dispositif d'urgence efficace. La gestion des navettes maritimes a pris fin le 15 décembre 2024.

## RETOUR SUR LES PROJETS EN COURS, SUSPENDUS

### → DEVA : PONTON FLOTTANT SUR LE LAGON DE POÉ

En 2023, l'agence d'attractivité Sud Tourisme, en partenariat avec la province Sud, la mairie de Bourail et la ZCO\*, a initié un projet ambitieux pour le développement touristique : la construction d'un ponton flottant long de 300m en face de la plage de Poé. Ce projet vise à préserver les herbiers sous-marins tout en enrichissant l'offre touristique par le développement de nouvelles activités nautiques.

Le dossier de consultation des entreprises a été préparé et déposé sur la plateforme des marchés publics mi-février 2024. Trois candidatures pertinentes ont été reçues pour la commission d'appel d'offres, initialement prévue le 17 mai. **La crise calédonienne a contraint l'annulation de la commission d'appel d'offre et la suspension du projet, lauréat d'un appel à manifestation d'intérêt d'Atout France concernant la valorisation du patrimoine d'Outre-Mer.**

\*ZCO - Zone Côtière Ouest



## → ÎLE DES PINS : ECOMOBILITÉ

En 2023, une convention cadre avait été signée entre l'Agence Calédonienne de l'Énergie et l'agence d'attractivité Sud Tourisme, désignant l'Île des Pins comme destination pilote pour intégrer des solutions de mobilité douce dans le développement touristique de l'île. Sud Tourisme a ainsi conduit en 2024 une étude de faisabilité pour la conception et l'aménagement d'une station dédiée au stockage, à la recharge, et à l'entretien des vélos à assistance électrique (VAE) et des voitures électriques à Kuto. Les premières esquisses du dock et de l'ensemble des équipements avaient été réalisées pour s'intégrer au projet d'aménagement du grand wharf.



## → MONT-DORE : ETUDE SUR L'ATTRACTIVITÉ DU SENTIER

Fin 2023, la commune du Mont-Dore a sollicité Sud Tourisme pour réaliser une étude sur l'attractivité du sentier du Mont-Dore. Dans ce cadre, un formulaire de recensement d'informations a été diffusé auprès du grand public entre mi-mars et mi-mai 2024. 600 réponses ont été recueillies. Parmi celles-ci, 70 % ont exprimé un intérêt marqué pour le Mont-Dore, avec une majorité favorable à la mise en place d'aménagements tels qu'un espace de détente au sommet, des panneaux informatifs le long du sentier et un snack au départ ou à l'arrivée de la randonnée. 10 % des 30 % de répondants qui ne connaissent pas bien le site, indiquent qu'ils pourraient être plus intéressés par le sentier si des aménagements au sommet étaient réalisés.

La poursuite de cette étude a également été suspendue.



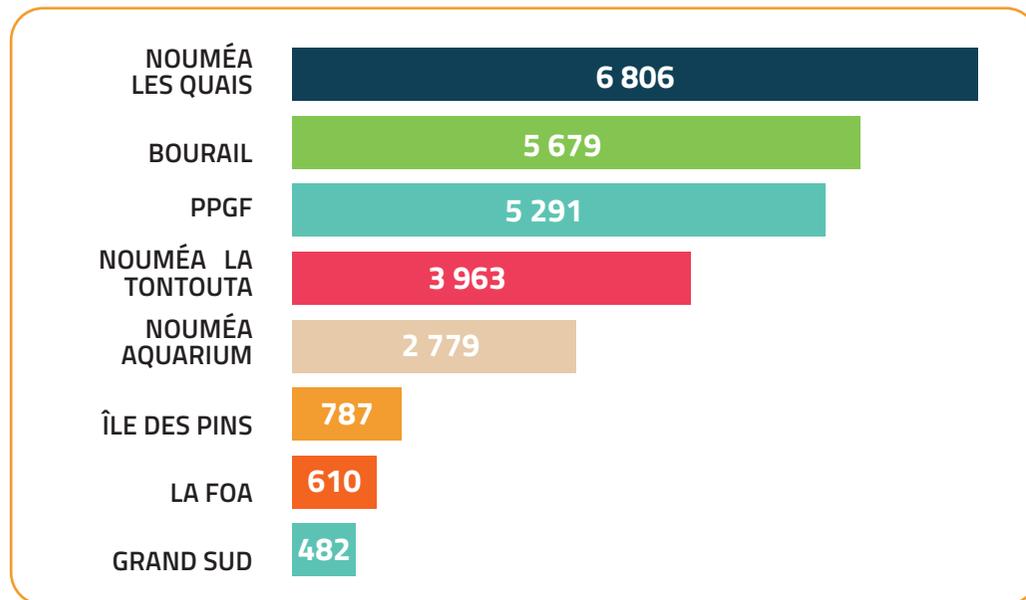
Malgré la crise du 13 mai et un contexte sécuritaire et économique particulièrement difficile en Nouvelle-Calédonie, tout au long de l'année, les Offices de Tourisme ont su faire preuve de résilience et d'agilité pour continuer à offrir un accueil de qualité aux visiteurs. Le lien a été maintenu, notamment par courriel, appels téléphoniques et réseaux sociaux, pour répondre efficacement à leurs besoins.

Parallèlement, la boutique en ligne des objets souvenirs a été lancée fin septembre, permettant de proposer des produits locaux de qualité tout en optimisant les moyens de vente. La stratégie a également été adaptée pour accueillir une nouvelle cible : les forces de l'ordre venues renforcer la sécurité du territoire et désireuses de découvrir la destination. Les accueils hors les murs ont ainsi été assurés, permettant de maintenir un contact direct avec le flux touristique malgré la fermeture temporaire des Offices de Tourisme.

En raison des réalités économiques et de la nécessité de rationaliser les missions d'accueil, trois Offices de Tourisme (Île Des Pins, La Foa et Grand Sud) ont dû être définitivement fermés.

En dépit de ces fermetures, l'agence d'attractivité Sud Tourisme, en collaboration avec la province Sud, a réussi à maintenir le projet du **nouveau point d'information touristique au Parc Provincial des Grandes Fougères**, ouvert le **05 octobre**. Cette implantation stratégique, à l'entrée d'un espace naturel fréquenté par des milliers de visiteurs chaque année, permet de promouvoir efficacement la région tout en restant au cœur de l'activité touristique.

### FRÉQUENTATION PAR OFFICE DE TOURISME



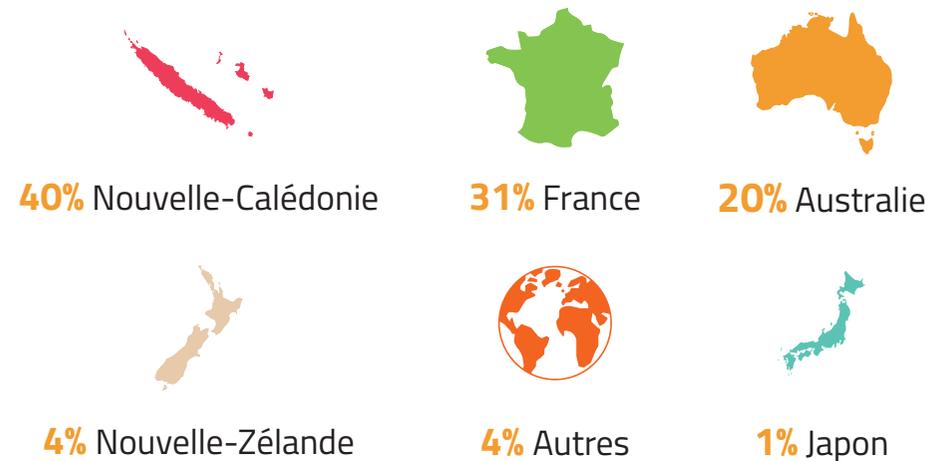
\*PPGF : Parc Provincial des Grandes Fougères

## TOP 3

### DES INFORMATIONS LES PLUS DEMANDÉES

- Les cartes touristiques Sud Tourisme valorisant les incontournables de chaque bassin
- Les activités de pleine nature accessibles en toute sécurité
- Les transports vers les îlots

### D'OÙ VIENNENT NOS VISITEURS ?



### FRÉQUENTATION DES OFFICES DE TOURISME

En 2024 :  
26 397 personnes

VS

En 2023 :  
49 275 personnes



## NOUVEAUTÉ 2024 : PARC PROVINCIAL DES GRANDES FOUGÈRES

### OUVERTURE D'UN POINT D'INFORMATION TOURISTIQUE

Le 5 octobre, le Point d'Information Touristique a ouvert ses portes à l'entrée du Parc Provincial des Grandes Fougères : un emplacement clé, au cœur du flux des visiteurs, pour promouvoir l'offre de la région auprès des visiteurs locaux et internationaux. Cette initiative s'inscrit également dans une volonté de fédérer le réseau et de mutualiser les ressources garantissant une meilleure performance collective.

 **5J/7** 9h/ jour

 **2** conseillers séjour

 **5 291** visiteurs

#### EN BREF :

- Emplacement incontournable à l'entrée du parc
- Aménagement intérieur charté Sud Tourisme, fidèle à l'harmonie et à l'identité naturelle des lieux
- Billetterie et espace boutique riche en souvenirs de la destination
- Offre de collations pour les visiteurs incluant boissons et encas
- Wifi gratuit et numéro vert



## BOURAIL - ouverture en 2022

- Installation des lettres géantes #BOURAIL (1,60 m de hauteur)
- Aménagement du rond-point, de l'espace paysager et création d'une aire de jeux pour enfants dans ses jardins.
- Accueil du Turtle Watching : **4000** visiteurs jusqu'en mars 2024
- Bourail Easter Show (30 mars) : **500** participants dont **200** enfants pour la chasse aux œufs dans l'Office de Tourisme, animations variées. **1,9 million XPF** de retombées économiques générées

 **5J/7** 8h/ jour

 **1** conseiller séjour

 **5 679** visiteurs

Ces événements et aménagements ont rencontré un grand succès, attirant de nombreuses familles locales et visiteurs, tout en proposant des services complémentaires et en valorisant les prestataires du secteur auprès d'un large public.



## NOUMÉA - ouverture en 2022

## AQUARIUM DES LAGONS

- Ouverture d'une boutique souvenirs (janvier) avec plus de 500 références de produits : mise en valeur de plus de 50 créateurs locaux
- Réflexion avec l'Aquarium des Lagons pour moderniser l'espace entrée, améliorer la visibilité de l'accueil, et offrir aux visiteurs une expérience immersive du monde marin dès leur arrivée. Ces travaux ont été différés en raison du contexte économique.

 51/7 7h/ jour

 1 conseiller séjour

 2 779 visiteurs



## NOUMÉA - ouverture en 2022

## LES QUAIS

- Plus de 70 avis positifs des visiteurs, en ligne
- Production de sets de table touristiques (avec carte touristique de la ville) personnalisés pour une trentaine de restaurateurs partenaires
- Embellissement de la façade de l'Office de Tourisme avec une nouvelle vitrophanie : mise en valeur de la boutique, de ses services et horaires d'ouverture étendus
- Signalétique extérieure renforcée avec des lettres géantes visibles depuis la route principale empruntée par les bus des croisiéristes pour capter leur attention dès leur arrivée dans la ville

 71/7 8h/ jour

 2 conseillers séjour

 6 806 visiteurs

L'Office de Tourisme Nouméa Les Quais, toujours engagé dans la satisfaction des visiteurs, est un acteur majeur du tourisme local.

## NOUMÉA - ouverture en 2022

## AÉROPORT NOUMÉA - LA TONTOUTA

- Première porte d'entrée pour les visiteurs étrangers en Nouvelle-Calédonie
- Échanges initiés par Sud Tourisme pour moderniser le parcours client en transformant la salle d'arrivée en une immersion visuelle dans la nature calédonienne.

 51/7 7h/ jour

 1 conseiller séjour

 3 983 visiteurs

En dépit d'un déclin de la fréquentation internationale, la présence du point d'information demeure cruciale pour rassurer les visiteurs étrangers, leur offrir un accueil personnalisé et les guider dès leur arrivée. Ce service incarne l'engagement de Sud Tourisme à soutenir l'attractivité et l'image de la destination.



## LA FOA - ouverture en 2022

L'Office de Tourisme a continué à améliorer l'accueil des visiteurs et à enrichir l'expérience en boutique, en modernisant l'aménagement pour agrandir l'espace de présentation des produits, répondant ainsi à une demande grandissante.

L'Office de Tourisme a également renforcé son soutien aux prestataires du bassin en organisant chaque mois des réunions avec pour objectif la mise en place d'actions stratégiques pour le développement du secteur. Plus de cinquante visites de terrain et appels aux prestataires ont été assurées pour consolider le lien de proximité, connaître leur actualité et mettre à jour leurs informations sur le site de Sud Tourisme.

La campagne d'affichage "Aimez tout à La Foa" a été finalisée en début d'année avec la pose des trois derniers visuels, complétant ainsi les sept illustrations prévues. Cette initiative met en lumière le riche potentiel touristique de la commune, en proposant une déclinaison des expériences phares qui font la singularité de La Foa. Elle se distingue par une approche graphique innovante, adoptant un style d'illustrations inspiré des cartes postales modernes, particulièrement prisé dans la promotion des destinations touristiques. Ce choix esthétique reflète une image moderne et dynamique de la commune.

 **6J/7** 7h/ jour

 **1** conseiller séjour

 **610** visiteurs

## ÎLE DES PINS - ouverture en 2022

L'agence d'attractivité Sud Tourisme a poursuivi ses efforts pour valoriser la destination et améliorer l'accueil des visiteurs dès leur arrivée à l'Île Des Pins. L'installation de nouveaux panneaux de signalisation stratégiquement situés et visibles depuis la plage de Kuto et le débarcadère du Betico, permet de capter l'attention des voyageurs dès leurs premiers pas sur l'île. En février, des sets de table, à la fois ludiques et informatifs, ont été distribués à 11 prestataires volontaires, contribuant ainsi à mieux faire connaître l'offre touristique tout en consolidant les liens avec les acteurs. Ces initiatives montrent l'engagement de Sud Tourisme à valoriser la destination par la qualité de ses services et la pertinence de son information. En améliorant la signalétique, l'accueil et la diffusion d'information pratique, l'Office de Tourisme a su offrir aux visiteurs une expérience enrichie dès leur arrivée.



 **5J/7** 5h/ jour

 **1** conseiller séjour

 **787** visiteurs

## GRAND SUD - ouverture en 2023

L'Office de Tourisme du Grand Sud a fait peau neuve avec une signalétique extérieure dynamique et accrocheuse grâce aux vitrophanies et aux visuels intérieurs percutants et en harmonie avec la charte aménagement Sud Tourisme. Situé à l'entrée de la ville, cet espace revisité devient une escale essentielle pour les visiteurs, qui y trouvent des conseils éclairés pour explorer la région du Grand Sud.

Pour enrichir cette expérience, l'Office de Tourisme a organisé 10 visites guidées du barrage de Yaté, en partenariat avec Enercal, offrant autant d'opportunités de s'immerger dans l'histoire industrielle de la région.

Ces excursions, proposées chaque mois pour un groupe de 20 participants, ont rencontré un franc succès, avec un taux de remplissage affiché à 100% jusqu'à la fin de l'année.



 **6J/7** 7h/ jour

 **1** conseiller séjour

 **482** visiteurs

## FERMETURES ET RATIONALISATION

### FERMETURE DES OFFICES DE TOURISME : ÎLE DES PINS, LA FOA ET GRAND SUD (AOÛT 2024).

Impactée par la crise de mai, l'agence d'attractivité Sud Tourisme, en collaboration avec les communes et la Province Sud, a dû prendre des décisions stratégiques pour préserver ses ressources et optimiser ses moyens. En août, trois Offices de Tourisme – Île des Pins, La Foa et Grand Sud – ont été définitivement fermés.

La fermeture de ces Offices dont la fréquentation en 2023 était la moins élevée, a permis de garantir la pérennité des services essentiels et une meilleure concentration des efforts et des moyens là où ils étaient les plus nécessaires. Cette démarche difficile s'est inscrite dans une logique de cohérence et de mutualisation des ressources, tout en préservant la qualité de l'accueil et des services offerts aux visiteurs.

# 4

## GESTION STRATÉGIQUE DU RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME

### LES BOUTIQUES DES OFFICES DE TOURISME : VECTEURS DE NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION

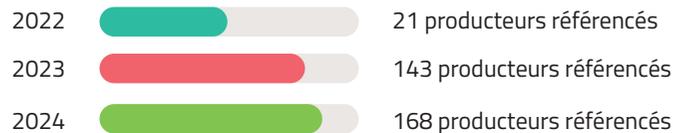
En 2024, l'agence d'attractivité Sud Tourisme a renforcé son rôle dans la promotion de la destination grâce à la reprise en gestion de la boutique de l' Aquarium des Lagons, un espace multiservice alliant informations touristiques et souvenirs au cœur du site touristique le plus visité de Nouvelle-Calédonie.

Les cinq boutiques des Offices de Tourisme, vecteurs de notoriété de la destination, ont vu leur offre se diversifier avec plus de **1 369 références** et une collaboration étendue à **168 producteurs locaux**, favorisant l'économie locale et valorisant des produits porteurs de valeurs éthiques.

Des formations ont été dispensées aux conseillers en séjour, et une boutique en ligne a été lancée en septembre, diversifiant les canaux de distribution et touchant une audience élargie. Cette stratégie multicanale est un levier important pour dynamiser les ventes et accélérer la reprise post-crise.

La priorité reste la mise en avant de souvenirs authentiques, soutenue par une analyse rigoureuse des performances et des ajustements continus. Sud Tourisme a consolidé sa position en tant qu'acteur clé dans la valorisation touristique et économique de la destination.

### COLLABORATION AVEC LES FOURNISSEURS LOCAUX :



### TOP 5 DES PRODUITS VENDUS

- **Carte postale** : un clin d'œil intemporel pour partager un bout de Nouvelle-Calédonie
- **Magnet** : un souvenir pratique et coloré qui trouve sa place chez les visiteurs
- **Vanille** : une star indétronable, prisée pour sa qualité exceptionnelle et son parfum envoûtant
- **Miel** : un trésor naturel, symbole de la douceur et de la richesse du terroir
- **Baume à lèvres letchi** : une touche exotique et gourmande pour prendre soin de soi au naturel

## CARTES TOURISTIQUES

- Mise à jour de la carte touristique de Nouméa (précédemment éditée en 2023)
- Création de nouvelles cartes pour les communes de **Dumbéa**, **Boulouparis**, **Bourail**, **La Foa** et pour le **Grand Sud**
- Accessibles en version papier ou numérique et téléchargeables pour une utilisation hors connexion

Outil indispensable au voyage et très prisé des touristes, ces cartes ont été conçues pour répondre aux besoins des visiteurs, offrant une présentation claire des incontournables de chaque destination, facilitant leur découverte et leur orientation. Elles garantissent aux visiteurs un accompagnement dans leur parcours, même dans les zones où le réseau est limité, renforçant ainsi leur autonomie et leur expérience sur le territoire.

Parallèlement, Sud Tourisme travaille à l'élaboration d'une carte unique de l'ensemble de la destination, prévue en 2025. Ce support inédit et harmonisé vise à unifier et à renforcer l'attractivité de la destination dans sa globalité, offrant aux visiteurs une vision d'ensemble. Un projet qui témoigne de l'engagement de l'agence d'attractivité Sud Tourisme à améliorer continuellement les outils d'information et de découverte pour une expérience de voyage optimale.



## DES AVIS CLIENTS POSITIFS...

Je suis arrivé hier et j'ai rencontré Franck à l'aéroport. Il a très bien répondu à toutes mes questions, m'a rassuré même parfois.

Personne très à l'écoute et agréable. Je reviens ce matin et le retrouve à Noumea. On a organisé ensemble mon séjour à Bourail pour le week-end ! Il en connaît des choses. Merci, je reviendrai dans les points d'informations.

**Superbe travail ! Je n'ai plus qu'à découvrir.**

Le 29/01/2024



On est très bien accueillis et très bien conseillés par Valérie ! Elles donnent plein d'info sur les événements et de conseils pour les réservations. C'est d'une **grande aide** pour planifier les vacances.

Le 28/11/2024



Bcp de **passion** et patience, ca donne envie de tout découvrir

Le 11/12/2024



**Très bon accueil de Valérie!**

Elle nous a donné de très bons conseils pour notre voyage! Hâte de découvrir l'île grâce à ses conseils

Le 07/11/2024



**Impossible de faire mieux !**

**Jamais dans mes voyages autour du monde, un séjour n'a autant été réussi et influencé par les services des offices de tourisme. Durant 3 semaines j'ai suivi les conseils et les indications des différentes équipes (Nouméa, Bourail) et utilisé les différents plans et dépliants. j'ai ainsi pu découvrir, parcourir et apprécier ce beau pays magnifique. Un grand merci et un grand bravo à Fanny, Jeremy, Rojacques et Jenifer.**

Le 06/05/2024



Nous sommes passés pour avoir des conseils et nous sommes repartis **les étoiles pleines les yeux** de tous les conseils que nous avons eu. Il ne nous reste qu'à visiter maintenant et revenir très vite pour avoir d'autres conseils !

Le 30/11/2024



**Exceptionnel,**

un accueil de très grande qualité et d'une grande gentillesse.

Le 02/11/2024



**Très bel accueil**, des informations précises et vraiment utiles. Important en ce moment pour se repérer sur les possibilités.

Le 03/11/2024



L'accueil a été **exceptionnel**, la qualité des informations remarquable et les conseils partagés m'ont permis de découvrir des bijoux cachés de la ville et les bons plans. Muchas Gracias

Le 22/10/2024



## ... GRÂCE AUX ACTIONS MENÉES PAR SUD TOURISME :

- Formation régulière des conseillers pour améliorer la qualité du conseil délivré
- Mises à jour quotidiennes de la base de données
- Expérience des visiteurs renforcée grâce à des espaces modernes et chaleureux, des services additionnels variés et une large gamme d'objets souvenirs locaux de qualité
- Horaires d'ouverture adaptés au flux des visiteurs pour favoriser leur suivi personnalisé
- Harmonisation des Offices de Tourisme pour un maillage rationnel et cohérent

**+100** avis clients

**4,9/5** note moyenne

## DES AVIS PRESTATAIRES POSITIFS

Bonjour à vous !

**Je n'ai pas eu l'occasion de vous remercier lors de la réunion à la maison de Deva ce jeudi.**

Je ne sais pas particulièrement qui a décidé que j'aurais la chance de participer au reportage Échappées Belles mais je tenais à remercier chaleureusement la personne et puis toute l'équipe de la Province Sud et de Sud Tourisme pour votre encouragement, votre engagement et vos démarches pour faire de ce paradis qui est la Nouvelle Calédonie, un lieu incontournable à visiter ! MERCI

En vous souhaitant une bonne continuation !

Je continuerais à être acteur de cette évolution dans une démarche solidaire et respectueuse de ce bout de planète magique !

Bien à vous !

---

Le 15/03/2024

INSTINCT PARAMOTEUR

Bonjour Nadia

On parlait de serge et voici sa réponse.

Je ne sait pas si c'est des premières années ou des secondes années. Je ne sait pas non plus si tu les connais???

**Merci beaucoup pour la soirée d'hier.**

**Je suis fier de vous et du travail accomplie a ce jour.**

**Félicitation a toute l'équipe.**

---

Le 04/04/2024

CASY EXPRESS

Bonjour,

**Merci de votre soutien.**

Merci d'avoir fait en sorte de proposer à 2 de vos clients la balade à cheval afin de m'aider à remplir les créneaux du week-end.

Bien cordialement

---

Le 22/04/2024

FAR WEST RANCH

**Merci à toute l'équipe qui depuis le lancement oeuvre pour faire connaitre le caillou et ses trésors avec beaucoup de professionnalisme!**

**Merci à vous pour ces chaleureux appels depuis cette période de challenge que nous traversons.**

**A nous tous on va y arriver ;-) la diversité, la richesse, la gentillesse, la beauté du caillou et des ses habitants gagnera et saura reconquérir les cœurs!**

**Bon courage à toute l'équipe!**

---

Le 10/07/2024

OASIS DES POSSIBLES

Bonjour,

**Merci d'avoir partagé l'évènement.** La publi que vous avez faite est superbe.

Cette journée à été un succès. Nous avons accueilli plus de 200 personnes.

MERCI A VOUS !!!

---

Le 15/04/2024

AVENTURE PULSION

Bonjour,

**Merci du travail réalisé en appuis aux professionnels du tourisme.**

Pour information et illustration, nous subissons actuellement 100% d'annulation sur notre activité et ceux pour les mois à venir. A titre d'exemple, voici ci-dessus la dernière annulation en date pour un séjours fin aout. Et où les clients nous indique que les vols vers la NC depuis la NZ (leur lieu de résidence) sont annulés jusqu'au 28 septembre !!

Ceci nous laisse envisager de longs mois d'activité à l'arrêt.

Bien cordialement.

---

Le 12/06/2024

ODYSSEY DIVING

Bonjour,

Nous vous remercions pour vos messages et appels aisin que pour tout ce que vous faites.

Bon courage et à bientôt

Bien cordialement

---

Le 12/06/2024

LES BANCOULIERS DE FARINO

**Oui j'ai vu merci beaucoup Franck vous êtes vraiment au top !!!**

**à bientôt et c'était parfait !**

---

Le 03/05/2024

LM LA ROCHE

## ACCUEIL HORS LES MURS

## DUMBÉA – Fête de la Ville (26-27 avril)

- Plus de **1000** visiteurs locaux et internationaux, **500 000 XPF** de retombées économiques estimées pour les prestataires touristiques
- Accueil hors les murs novateur avec la création d'une carte touristique géante pour habiller le stand Sud Tourisme
- Distribution de la carte touristique de Dumbéa offrant aux visiteurs une immersion directe dans l'offre locale.

Merci à notre conseiller en séjour Franck Coq pour les échanges passionnés avec les visiteurs !



## BOULOUPARIS – Fête du Cerf et de la Crevette (4-5 mai)

- **900** visiteurs majoritairement locaux, **580 000 XPF** de retombées économiques estimées pour les prestataires touristiques
- Animations engageantes : roue de la chance, carte touristique géante
- Distribution de la nouvelle carte de la commune

Merci à Jérémy Grumaud qui a représenté Sud Tourisme et a démontré l'engagement de l'agence d'attractivité pour le développement touristique de Boulouparis.



## NOUMÉA – Forum des Nouveaux Arrivants des Forces Armées de Nouvelle-Calédonie (3 septembre)

- Plus de **800** visiteurs sur le stand Sud Tourisme, **655 000 XPF** de retombées économiques estimées pour les prestataires touristiques
- Distribution de brochures, cartes touristiques et conseils personnalisés.

Merci à notre conseillère en séjour Fanny Meillier pour les nombreux conseils délivrés sur les activités disponibles.

Si cet événement a été couronné de succès, le contexte a néanmoins suscité des inquiétudes parmi les visiteurs, renforçant l'importance pour l'agence d'attractivité Sud Tourisme de réassurer cette clientèle spécifiquement fraîchement arrivée sur le territoire. Cette participation est jugée cruciale pour l'attractivité touristique auprès des militaires et leurs familles.



## ROYAL CALEDONIA SHOW

Fidèle à son engagement auprès des événements emblématiques de la province sud, Sud Tourisme a également soutenu le comité de la Foire de Bourail en sponsorisant la première édition du Royal Caledonia Show du 7 au 8 décembre à Nouméa, marquant la volonté de acteurs calédoniens de se tourner vers l'avenir. C'était aussi l'occasion de présenter le nouveau site marchand, de valoriser les offres et les prestataires touristiques visibles sur la plateforme, et d'échanger avec les calédoniens sur la pratique de l'outil et l'expérience utilisateur. Sud Tourisme avait à cœur de renouer le contact entre les calédoniens et leur région, de leur donner des conseils sur des séjours, des activités à découvrir ou redécouvrir.



Parmi les 43 participants au jeu concours du Royal Caledonia Show, le gagnant a remporté un bon d'achat de 5 000 XPF à utiliser sur notre site marchand. Le concours a généré un bel engagement, avec la photo gagnante totalisant 230 likes, 18 commentaires et 17 partages.

# 5 ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

## MAINTENIR LA DYNAMIQUE MALGRÉ LES DÉFIS

En 2024, Sud Tourisme a poursuivi sa mission avec détermination : renforcer la notoriété de la destination, faciliter l'accès à l'information et soutenir les professionnels du secteur. Ces engagements ont guidé les actions avant, pendant et après les émeutes, en adaptant les initiatives tout en restant fidèles aux valeurs et à la raison d'être de l'agence d'attractivité.

## DES ACTIONS CONCRÈTES POUR VALORISER LA DESTINATION

L'année a été marquée par plusieurs événements clés visant à promouvoir la province sud. Si la seconde édition de l'Instameet en avril a permis de valoriser la destination grâce au soutien des influenceurs locaux, la crise a contraint l'annulation d'événements majeurs, notamment le Salon du Tourisme initialement prévu en mai.

Parallèlement, un shooting photo des prestataires touristiques, réalisé en début d'année, a accompagné la refonte du site web. Ce projet, maintenu malgré la crise, a préparé la relance du secteur avec des outils digitaux performants et attractifs. Une avancée majeure a également été réalisée avec le lancement du premier site marchand officiel de la destination, désormais intégré au site web. Véritable vitrine pour les professionnels et les visiteurs locaux comme internationaux, cette plateforme marque une étape clé dans la digitalisation de l'offre touristique.



## SUDTOURISME.NC, UNE PLATEFORME INCONTOURNABLE POUR LA PROMOTION TOURISTIQUE

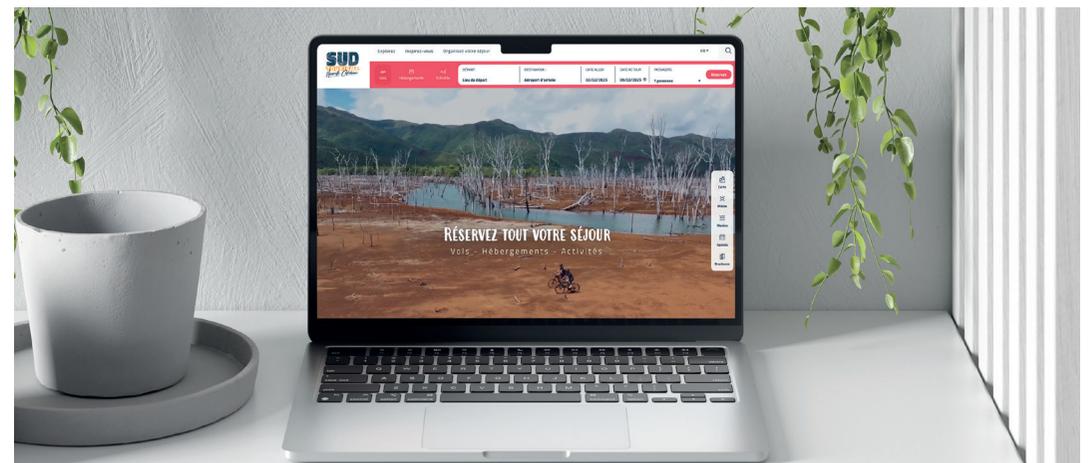
Avec près de 330 000 pages vues entre janvier et septembre 2024 et un taux d'engagement proche de 70 %, le site de l'agence d'attractivité s'affirme comme la vitrine digitale essentielle de la destination. La refonte globale de son arborescence et la création de nombreuses pages inspirationnelles traduisent la volonté de Sud Tourisme d'offrir aux visiteurs une immersion au cœur de la province sud. Conçue en pleine crise pour accompagner le lancement de la partie commerciale du site et anticiper la relance du secteur, cette évolution renforce l'attractivité touristique locale et internationale.

Désormais, sudtourisme.nc est le portail le plus complet de l'offre touristique en Nouvelle-Calédonie.

- Plus de 250 pages d'idées de séjours en province sud
- Des sélections coup de cœur
- Des itinéraires inspirationnels et des parcours thématiques
- Un agenda des événements et des actualités de la région
- Des informations pratiques, brochures et cartes touristiques
- Une expérience utilisateur enrichie grâce à une carte interactive et un chat IA, animé par les conseillers en séjour des Offices de Tourisme
- Plus de 250 pages traduites en anglais

Au-delà d'être un outil essentiel pour les voyageurs locaux et internationaux, sudtourisme.nc joue un rôle stratégique en tant qu'apporteur d'affaires pour les prestataires touristiques. En leur offrant une visibilité accrue et une meilleure notoriété, la plateforme contribue directement au développement de leur clientèle.

- **169 000** connexions sur le site internet de Sud Tourisme
- **79%** des sessions sont organiques (référence aux visites du site qui proviennent des résultats naturels des moteurs de recherche)



## ZOOM SUR : UNE PAGE PHARE POUR LA SAISON FRAICHE !

En 2024, la page « Que faire en Province Sud – Saison fraîche » est devenue la deuxième plus consultée sur le site de Sud Tourisme, jouant un rôle essentiel pour soutenir l'économie touristique alors en berne. Avec des contenus variés, un agenda d'événements, des offres promotionnelles et des informations pratiques sur les structures ouvertes, les prestataires locaux ont pu relayer leurs offres, renforçant ainsi les liens entre acteurs touristiques et public et soutenant la consommation locale.

## DONNÉES CHIFFRÉES :

AFFICHAGES (pages vues)

**324 553**  
69.8%



SESSIONS\*

**168 599**  
71.2%



UTILISATEURS ACTIFS

**96 114**  
71.5%



DURÉE MOYENNE DE LA SESSION

**00:04:05**  
97.3%



SESSION AVEC ENGAGEMENT

**107 249**  
71.3%



TAUX D'ENGAGEMENT\*

**63,61%**  
101.1%



\*SESSION fait référence à une visite unique d'un utilisateur sur un site web.

\*TAUX D'ENGAGEMENT mesure le pourcentage de sessions durant lesquelles l'utilisateur a effectué une action significative sur le site.

## ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DE L'AUDIENCE DU SITE



**8% Autres**  
26 645 visiteurs



**12% France**  
32 463 visiteurs



**75% Nouvelle-Calédonie**  
253 607 visiteurs

## OPTIMISATION DE LA GESTION DES CONTENUS NUMÉRIQUES GRÂCE À LA PLATEFORME CANTO

En 2024, l'agence d'attractivité Sud Tourisme a continué de maximiser l'utilisation de la plateforme Canto, un outil essentiel pour la gestion et l'organisation des contenus numériques. Cette plateforme permet un accès simplifié et structuré aux fichiers visuels et multimédias, facilitant ainsi le partage et la diffusion des ressources touristiques auprès des équipes internes, des partenaires et des prestataires.



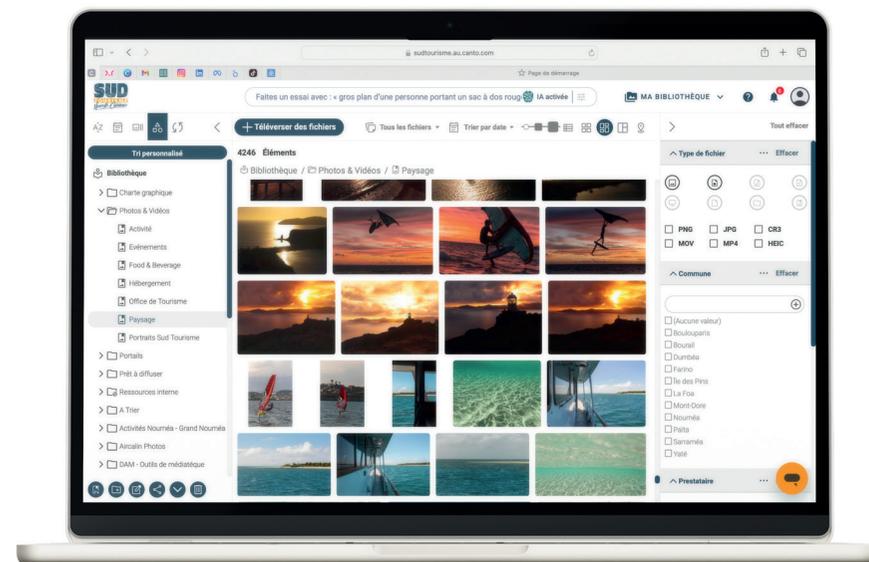
**33 639**  
images



**1 123**  
vidéos



**155**  
documents



# 5 ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

## RÉSEAUX SOCIAUX

Sud Tourisme poursuit la promotion touristique du territoire. Si la crise a contraint les équipes à suspendre la stratégie digitale prévue, une communication de relance a été assurée dès que la situation l'a permis.

### LANCEMENT DU COMPTE TIKTOK : UNE NOUVELLE ÈRE DE COMMUNICATION POUR SÉDUIRE LES JEUNES GÉNÉRATIONS

En 2024, Sud Tourisme Nouvelle-Calédonie a lancé son compte TikTok ! Grâce à des vidéos créatives et authentiques, mettant en avant les paysages, activités culturelles et expériences uniques de la province sud, le compte a généré un fort engagement. Cette initiative complète les actions sur d'autres réseaux sociaux, diversifiant les cibles et valorisant le patrimoine calédonien à travers les codes de TikTok.

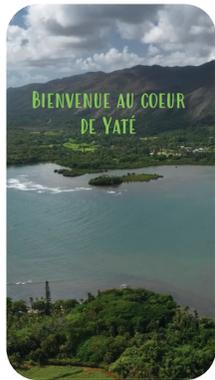
## TOP 3 DES PUBLICATIONS AYANT LE PLUS DE LIKES



1

1881 likes

Esthétique - Chutes de la Madeleine



2

784 likes

Educatif - Yaté



3

535 likes

Engageant - Office de Tourisme

## NEWSLETTER B2B ET B2C

Les newsletters mensuelles à destination du grand public (15 861 abonnés) et des professionnels (625 abonnés) ont évolué pour accroître la visibilité de l'agence d'attractivité et des prestataires, générer des leads qualifiés et renforcer la fidélité des professionnels.

B2B

B2C





# 6

## COMMERCIALISATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

La construction de la plateforme de vente en ligne du site marchand de la destination a débuté fin 2023 avec pour objectif de sortir une première version au grand public, lors du salon du tourisme. Les événements du mois de mai ont obligé à décaler sa sortie en fin d'année, ils ont aussi permis d'en faire un véritable outil de relance.

### LA CONSTRUCTION TECHNIQUE DE LA PLATEFORME DE VENTE EN LIGNE

Ces cinq mois de délai supplémentaire, ont permis aux éditeurs techniques d'aboutir les développements et évolutions nécessaires pour une version finale du projet.



### UNE COMITOLOGIE DENSE ET UN SUIVI SOUTENU

100  
comités  
de suivi techniques

*bi-hebdomadaires*



+300  
fonctionnalités

*dont le suivi a été assuré*

Env. 200  
requêtes

*techniques suivies*



10  
comités stratégiques

*mensuels*

+50h d'échange  
et de formations  
aux équipes

3 sessions de bêtas  
testeurs pour  
20 prestataires  
priviliégiés

*organisées avec les éditeurs du site à  
Nouméa et en Brousse, pour couvrir  
toutes les typologies de métiers*

## L'ADHÉSION DES PROFESSIONNELS À LA PLATEFORME DE VENTE EN LIGNE

Le niveau de digitalisation des professionnels étant très disparate en province sud, chaque prestataire a reçu un accompagnement personnalisé et adapté à ses besoins.

Ont ainsi été organisées :

- **25 rencontres terrain en groupe par bassin** intégrant une présentation et des échanges autour du site marchand
- **160 rencontres individuelles uniques** soit 35% des prestataires rencontrés en 3 mois entre février et mai 2024

## LES RENCONTRES INDIVIDUELLES PAR FILIÈRE MÉTIER



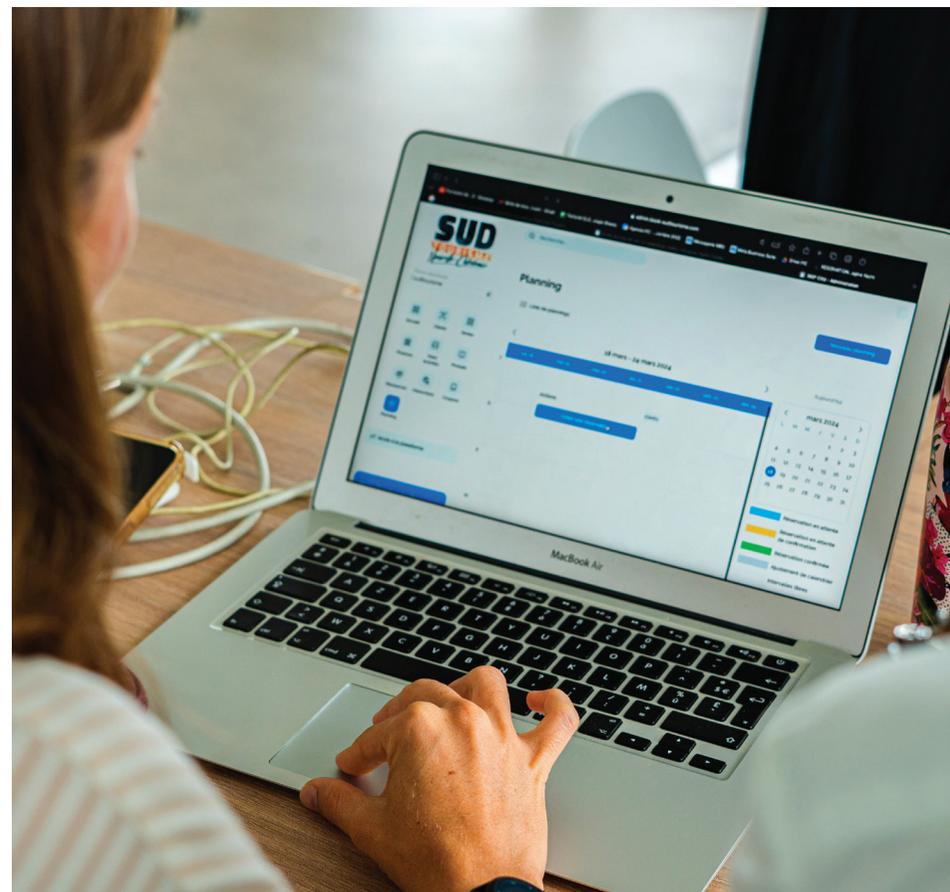
L'accompagnement des prestataires touristiques contribue à professionnaliser la vente de leurs prestations et à renforcer leur compétitivité. Il s'articule autour des grandes étapes suivantes :

1. L'analyse du niveau de digitalisation et des besoins du prestataire
2. La validation de la conformité
3. Le pré-paramétrage de l'extranet
4. Une formation globale à l'utilisation des outils et une aide au lancement

## LES TEMPS FORTS DE LA FORMATION A LA VENTE EN LIGNE



\*Le SEO est l'ensemble des techniques visant à améliorer le référencement naturel d'un site web.



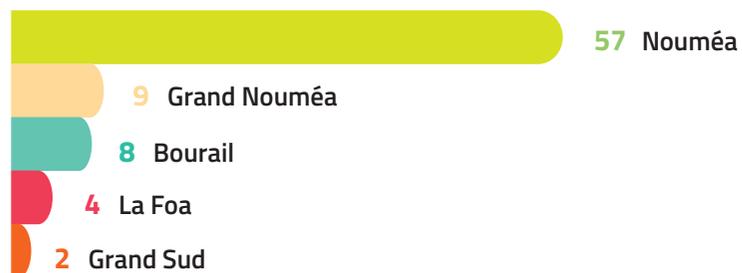
# 6 COMMERCIALISATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

## LE TAUX DE CONVERSION DES PROFESSIONNELLS

Le lancement du site marchand a suscité un réel engouement auprès des professionnels du secteur, en témoignent les chiffres ci-dessous :

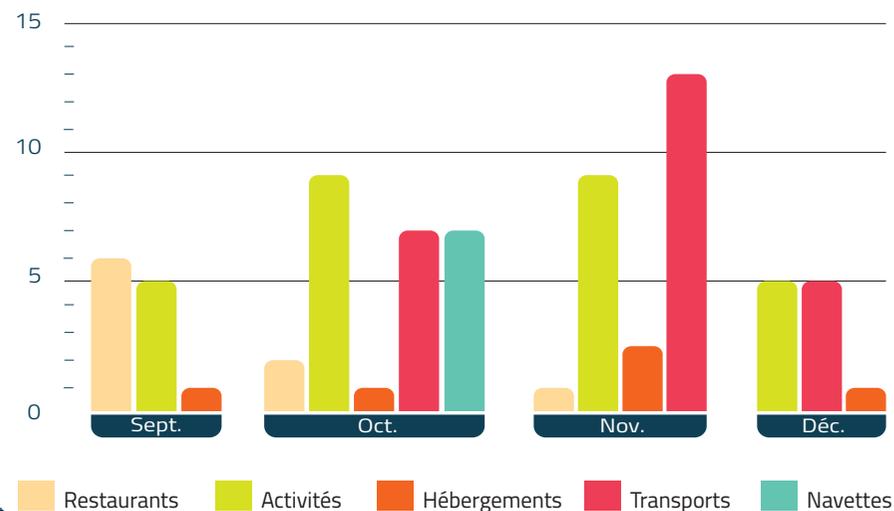
- **80** prestataires encartés sur la plateforme à fin décembre,
- **176** produits proposés à la vente,
- **72%** taux moyen de conversion,
- **13,2j** délai moyen d'encartage.

## ENCARTAGE PAR BASSIN D'OCTOBRE À NOVEMBRE



La majeure partie des prestataires rencontrés a souhaité être référencée sur la plateforme.

## ENCARTAGE PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



## LANCEMENT DU SITE MARCHAND AU GRAND PUBLIC



Conférence de presse organisée au Bout du Monde le 19 Novembre 2024

## LE TAUX DE CONVERSION DES PROFESSIONNELLS

Une première campagne de communication a été menée en partenariat avec les Casinos de Nouméa. Cette campagne de relance avait pour objectif d'inciter les calédoniens à consommer de nouveau les prestations touristiques locales mais également de servir de relais de communication pour amorcer le lancement du site marchand notamment via l'organisation d'un jeu concours.

**Présence :** Réseaux sociaux, SEA Youtube, habillage digital, affichage urbain, achat d'espace print.

- **5 945** participants au jeu concours
- **887** nouveaux contacts qualifiés dans la base de données



\*Jeu gratuit sans obligations d'achat. Règlement disponible sur la plateforme de jeu. Les Casinos de Nouméa sont réservés aux 18+. Jouer comporte des risques, endettement, isolement, dépendance

## LA CAMPAGNE DE LANCEMENT 360° EN LOCAL

La campagne de lancement a débuté le 18 novembre 2024, date officielle de la mise en ligne du site marchand. Une conférence de presse a été organisée le 19 Novembre rassemblant la Présidente et les directions de la province Sud, les partenaires institutionnels et les médias locaux.

Une campagne de notoriété multi-supports a ensuite été déployé, mettant en avant le côté expérientiel, innovant et facilitateur de la plateforme permettant aux visiteurs de réserver tout leur séjour dans un même panier.

### Affichage :

- 8 affichages urbains fixes
- 15 écrans dynamiques + écran bagages Tontouta
- Achat d'espace dans L Calédonie et Altitude
- 3 semaines de diffusion au Cinécitéy et à l'Origin cinéma
- 40 spots TV
- 60 spots radio

### Digital :

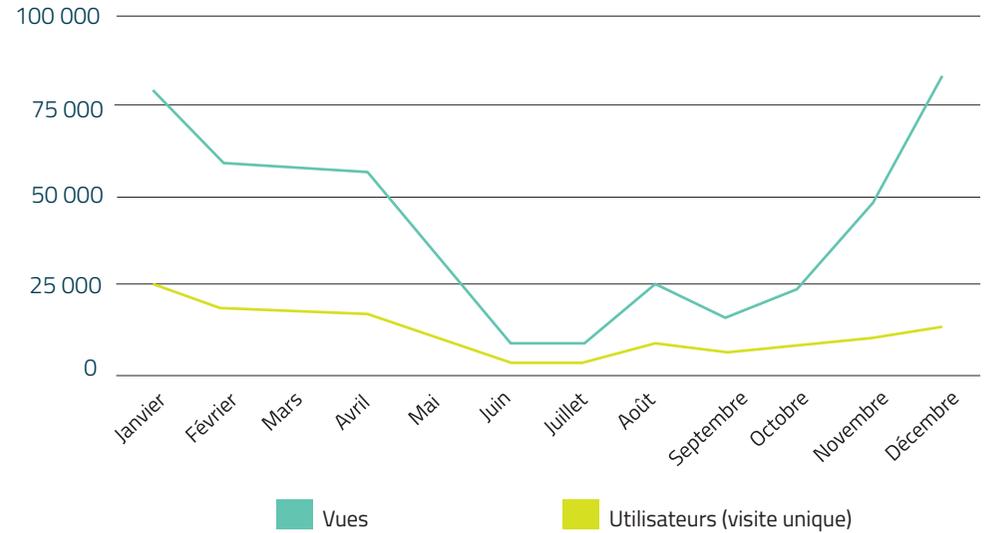
- +de 3,3M d'impressions publicitaires
- 59K clics sur l'ensemble des publicités
- +11K sessions engagées générées sur le site marchand

LIEN DE LA VIDÉO PROMOTIONNELLE

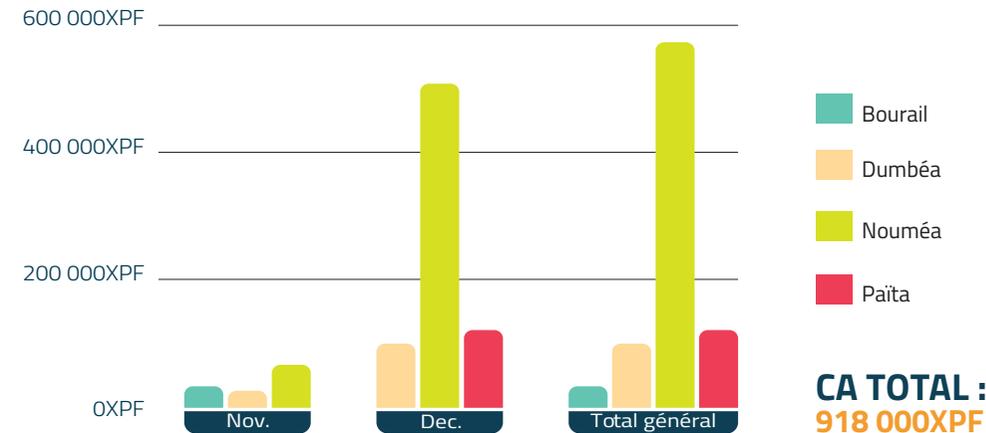


## RETOMBÉES DU LANCEMENT

Le lancement de la plateforme a suscité un réel intérêt auprès des visiteurs, en témoignent les résultats de campagne ci-dessus mais également l'audience sur le site web qui a enregistré **plus de 117 000 vues** et **plus de 24 000 utilisateurs** uniques en cumulé, du 18 novembre à la fin de l'année. **Plus de 84 000 vues** uniquement sur le mois de décembre ont été enregistrés, ce qui constitue un record en termes de trafic.



## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR COMMUNE



Retombées économiques pour le secteur en six semaines : 918 000 xpf de CA -> un indicateur positif pour terminer l'année 2024.

# 6 COMMERCIALISATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

## DES OUTILS PERFORMANTS POUR ACCOMPAGNER LE LANCEMENT DU SITE MARCHAND

### DU CÔTÉ DES VENTES :

Pour booster les ventes, un travail de fond a été mené sur tout l'écosystème et notamment :

- Un site éditorial au service de la vente en ligne pour inspirer et inciter à l'achat
- Une refonte complète des contenus pour optimiser le référencement du site et perfectionner son positionnement SEO
- Un outil de GRC (gestion de la relation client) performant pour analyser les interactions clients et pousser à la vente
- Un circuit d'emailing adapté par cible, et décliné avant, pendant et après séjour pour cultiver la différenciation et inciter à l'achat
- Des mécanismes de ventes additionnelles avec des propositions de cross-selling tout au long du parcours client sur le site
- Une montée en puissance de la force de vente des conseillers en Office de Tourisme pour favoriser la vente au guichet

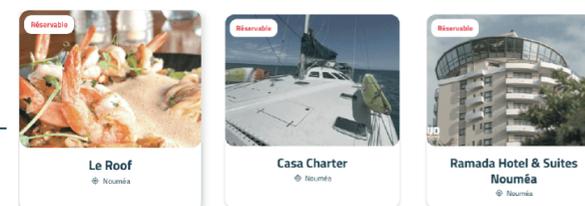
### DU CÔTÉ DES PROFESSIONNELS :

Un ensemble d'actions a également été mené pour inciter les professionnels à rejoindre la plateforme avec notamment :

- Une offre de bienvenue avec 3 mois de commissions offerts pour accompagner le lancement de la plateforme et aider les professionnels dans la démarche
- Un accompagnement long-court et personnalisé de tous les professionnels avec un suivi mensuel des performances commerciales, une animation des réseaux de vente et le développement de nouvelles opportunités et campagnes ciblées
- Un espace pro dédié sur le site web mis à disposition et à jour régulièrement intégrant :
  - La présentation de l'écosystème et des outils qui le compose
  - Le guide de la marque
  - La revue de presse
  - L'actualité spécialisée pour les pros
  - Un espace "boîte à outils" rempli de conseils et bonnes pratiques sur des thématiques variées : e-reputation, Google My Business, réseaux sociaux, référencement...
- Une plateforme de tutoriel dédiée au site marchand avec des tutos vidéos et une FAQ mise à jour régulièrement



## RÉSERVEZ VOS PLUS BELLES EXPÉRIENCES

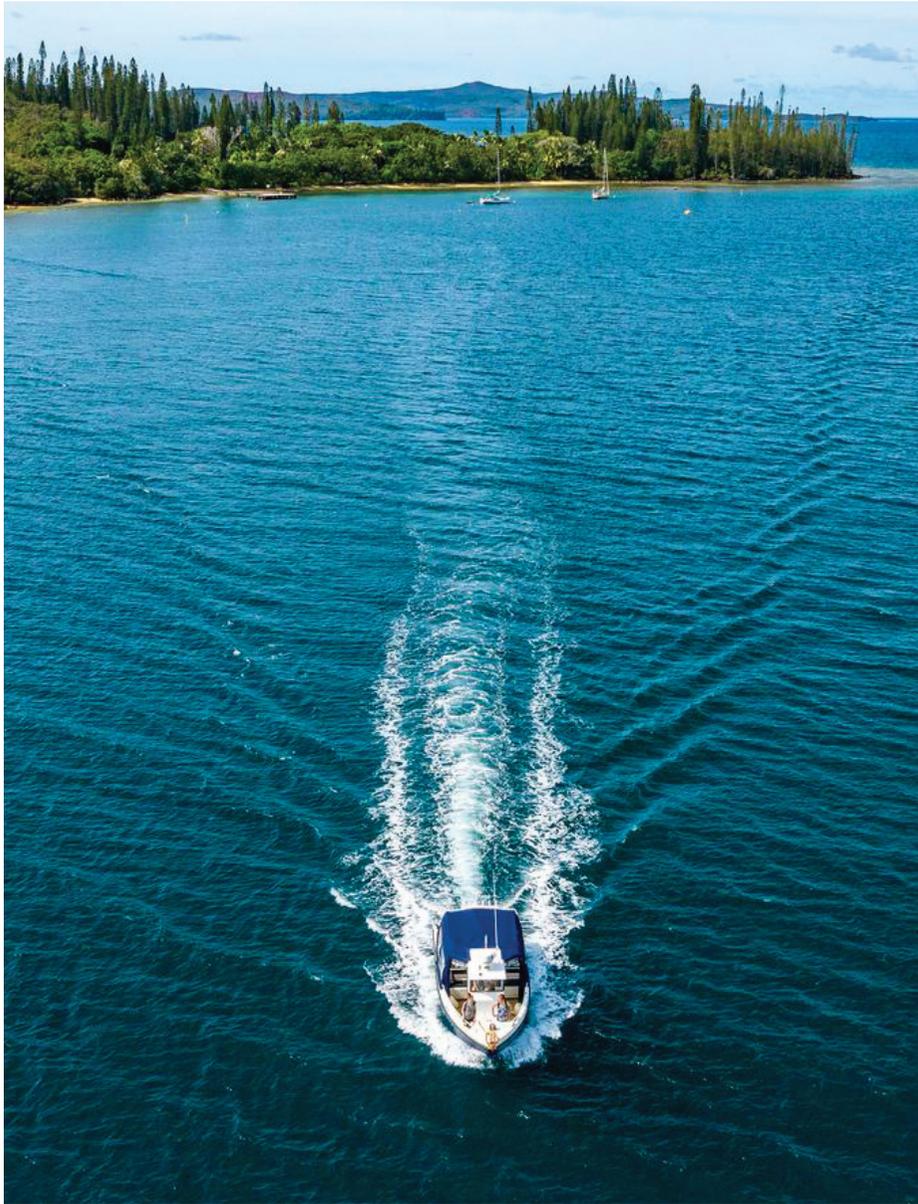


Toutes les offres réservables

## LES INCONTOURNABLES

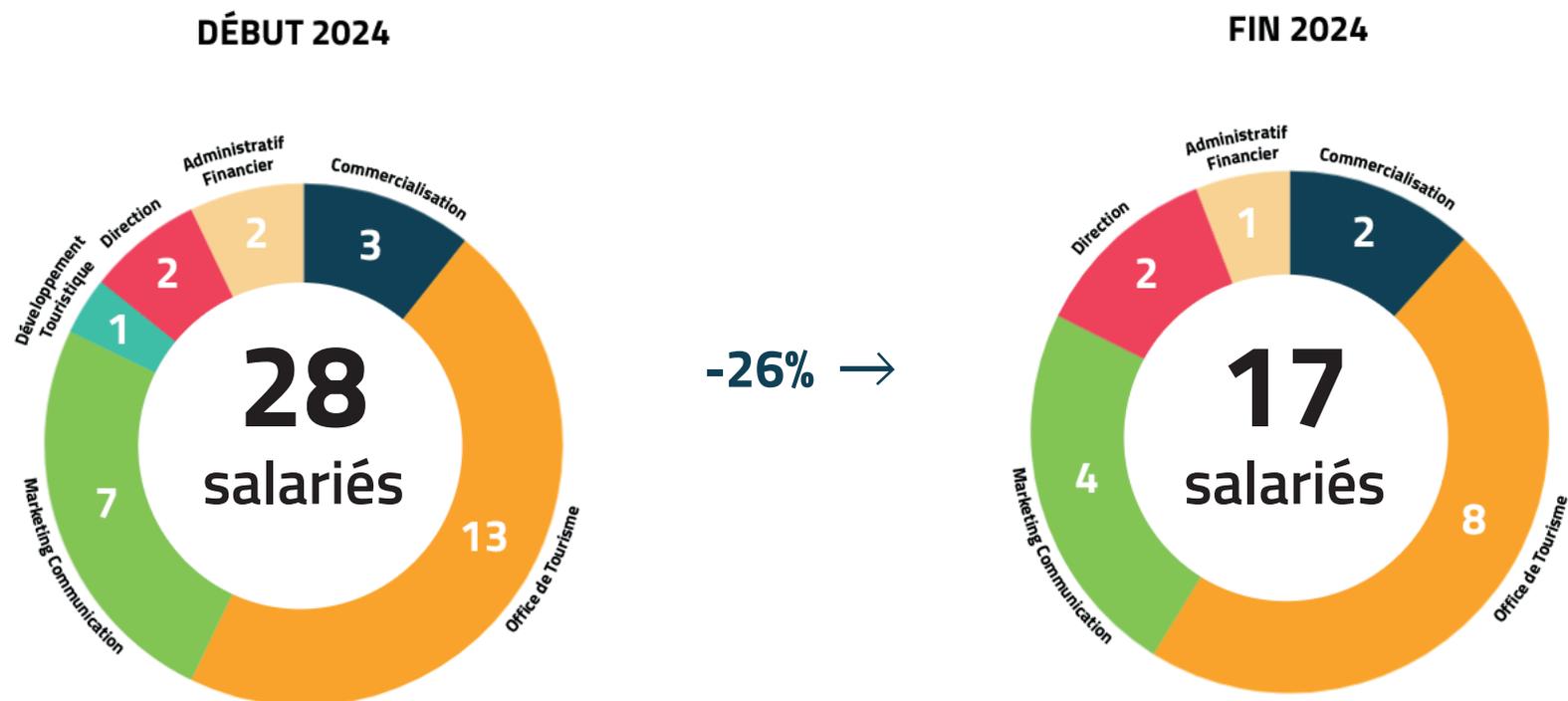
Les coups de cœur de Sud Tourisme





## UNE ORGANISATION AGILE ET MOBILISÉE

L'année 2024 a vu évoluer les effectifs de Sud Tourisme : contraintes budgétaires, départs volontaires, l'équipe est passée de **28 collaborateurs début 2024** à **17 collaborateurs en fin d'année**.



## NAVETTES MARITIMES : SURCROÎT D'EMBAUCHES TEMPORAIRES

Pour assurer et encadrer la logistique nécessaire au fonctionnement du dispositif d'urgence des navettes maritimes, Sud Tourisme a dû recruter **15 agents d'informations** en sus de ses équipes, entre juin et décembre 2024.



13 CDI / 2 CDD  
2 alternants



28%

72%

## PARTICIPATION À LA FORMATION

Au cours de l'année écoulée, Sud Tourisme a renouvelé son engagement en faveur du développement professionnel et de la formation continue. Avec un objectif clair : accompagner ses équipes, actuelles et futures, vers une montée en compétences. Trois étudiants en contrat d'alternance, un collaborateur en job d'été et six stagiaires ont ainsi été accueillis au sein des différents pôles de l'agence d'attractivité, renforçant ainsi l'engagement dans la formation des experts de demain du secteur touristique. L'accompagnement de ces nouveaux talents permet non seulement de former des professionnels qualifiés mais également d'enrichir l'équipe avec un regard nouveau sur l'industrie du tourisme et de stimuler l'attention portée sur les nouvelles technologies.



3 contrats d'alternance 

1 job d'été 

+250 heures de formation 

En parallèle, Sud Tourisme a financé plus de 250 heures de formation pour ses collaborateurs. Cet investissement reflète une politique forte en faveur de la formation continue, indispensable à l'adaptation aux nouvelles tendances et aux exigences croissantes du secteur touristique. Les conseillers en séjour bénéficient ainsi d'un cadre propice à l'amélioration de leurs compétences, renforçant non seulement leur expertise, mais aussi leur motivation au quotidien. Cette dynamique est un levier stratégique pour fidéliser les talents internes, un enjeu crucial dans un contexte où l'industrie du tourisme nécessite des compétences spécifiques et une grande polyvalence.

La formation ne se limite pas à l'interne, en effet, Sud Tourisme a assuré quatre interventions auprès des classes de BTS Tourisme, partageant son expertise et son expérience avec les étudiants. Ces rencontres ont pour vocation de sensibiliser les futurs professionnels aux réalités du métier, de leur donner un aperçu concret du fonctionnement d'un acteur clé du tourisme local, et de tisser un lien durable entre les professionnels et les établissements d'enseignement supérieur.

Ces actions sont des éléments moteurs pour Sud Tourisme, plaçant ainsi la formation au cœur de la stratégie de développement de la structure, misant autant sur le perfectionnement de ses équipes actuelles que sur l'accompagnement des étudiants, les futurs professionnels du secteur. Cette approche, axée sur l'amélioration continue et la transmission du savoir, contribue à garantir une excellente qualité de service, et à inscrire durablement Sud Tourisme parmi les acteurs incontournables du secteur en Nouvelle-Calédonie.



Visite du site historique de l'île Nou, Nouméa, décembre 2024

# CRÉONS ENSEMBLE VOS PLUS BEAUX SOUVENIRS



[sudtourisme.nc](http://sudtourisme.nc)



Directeur de la publication : Jean-Gabriel FAVREAU / Coordination : Eugénie KERLEAU / Rédaction : Eugénie Kerleau, Alexandra GAMBINO, Nadia PATRIARCA, Salomé SAUGNAC / Maquette : Lyse MOREL--PASSEGUE, Emilie MONTEFERRARIO / Crédits photos : ©JC ROBERT ©MARINE REVEILHAC ©ONEYEPRODUCTION ©CHARLOTTE BERTONNEAU

