

Sainte-Anne

ENTRE TERRE ET MER

DOSSIER DE PRESSE

INAUGURATION DU CLUB MED : L'OFFRE TOURISTIQUE DE SAINTE-ANNE EN PLEIN ESSOR

WWW.VILLE-SAINTEANNE.FR







INAUGURATION DU CLUB MED LA CARAVELLE RESORT 4T

Les établissements hôteliers de la ville de Sainte-Anne poursuivent leur montée en gamme au bénéfice de l'attractivité du territoire

Ce vendredi 15 novembre 2019, le Club Med La Caravelle inaugure le Resort 4T. La ville de Sainte-Anne et la CARL qui accueillent sur leur territoire l'établissement hôtelier participent à l'évènement.

Conscient des enjeux d'attractivité et des retombées économiques pour la commune, le maire Christian Baptiste et 1er vice président de la CARL a salué le travail réalisé par le groupe Club Med. Le projet de rénovation et d'extension de la Caravelle d'un montant de 47 millions d'euros s'inscrit pleinement dans la stratégie de modernisation de l'infrastructure hôtelière guadeloupéenne. Dans le contexte concurrentiel, le projet permettra d'offrir et de développer des produits touristiques afin d'attirer une clientèle internationale notamment nord-américaine et surtout d'augmenter la capacité d'hébergement du territoire.

Après la distinction 5 étoiles de la Toubana le mois dernier, le maire a également félicité la montée en gamme de l'établissement qui diversifie l'offre d'hébergement et contribue au rayonnement international de Sainte-Anne. Au lancement de la saison touristique et à l'arrivée des bateaux de croisière, la ville conforte son positionnement de ville touristique par excellence. Chaque année, les visiteurs sont toujours plus nombreux à visiter notre commune et à découvrir toutes ses richesses culturelles. Situé sur l'une des plus belles plages de l'archipel, le Club Med avec une capacité totale de 380 chambres

dont les 12 nouvelles Suites avec piscines privatives, 12 Suites Famille, 30 Chambres Deluxe et 68 chambres Supérieures, pourra les accueillir.

Entièrement réinventé, 45 ans après son ouverture, l'établissement propose désormais un espace hautde-gamme «Zen Oasis», de nouveaux hébergements famille, un SPA, une cave pour les vins et spiritueux premium, des infrastructures enfants et fitness repensées, un nouveau restaurant GOURMET LOUNGE, une zone de restauration pour le personnel, sans compter la rénovation des chambres existantes. 33 entreprises locales ont participé au chantier, une aubaine pour nos acteurs économiques locaux et pour l'emploi.





LA RENOVATION ET L'EXTENSION DU CLUB MED LA CARAVELLE

QUELQUES CHIFFRES-CLÉS

Investissement : 47 M€ Capacité (après projet) : 380 chambres

Entreprises sollicitées : 40 Ouvriers sur le chantier : 524

TRAVAUX RÉALISÉS

- Création d'une « Zen Oasis » : espace réservé aux adultes composé d'une piscine et de nouvelles chambres haut-de-gamme (12 Suites et 30 Chambres Deluxe)
- Nouveaux hébergements famille : 12 Suites Famille et 68 chambres Supérieures
- Rénovation des chambres existantes
- Rénovation du restaurant principal et du restaurant de spécialité
- Création d'une cave pour les vins et spiritueux premium
- Création d'un SPA
- Relocalisation et amélioration des infrastructures enfants (zone de jeux aquatique, création d'un baby pour l'accueil des bébés à partir de 4 mois)
- Relocation et amélioration du fitness
- Création d'une zone de restauration pour le personnel

IMPACT SUR L'EMPLOI

Avant le projet, le village comptait 275 postes :

- 192 « Gentils Employés » (GE) emplois locaux
- 93 « Gentils Organisateurs » (GO) français et internationaux

Désormais, au-delà de la pérennisation des 275 postes, le projet a généré la création de 107 nouveaux postes dont 74 recrutés localement y compris pour des postes de GO (17 GOs locaux recrutés).

PARTENAIRES

- Région Guadeloupe
- Europe (FEDER)
- ADEME
- FDF





SAINTE-ANNE LA VILLE TOURISTIQUE DE L'ARCHIPEL GUADELOUPÉEN

Une destination à trois visages

LES GRANDS-FONDS : ils forment un paysage exceptionnel et singulier, assez rare dans le monde, avec des vallées boisées qui donnent une ambiance forestière très spécifique. Ce territoire est marqué par une activité agricole et des pratiques culturelles fortes.



LES PLATEAUX DE L'EST: Les mares y sont nombreuses et sont un véritable trait identitaire du secteur. Les sols fertiles et plats permettent une culture presque exclusive de la canne à sucre, où les nombreux moulins témoignent d'un passé sucrier resté très pérenne à travers les siècles. C'est en effet la culture principale de la région encore à ce jour.



LA BANDE LITTORALE : Cette région assez urbanisée comprend le bourg de Sainte-Anne et sa zone périurbaine. Composée d'anses et de criques plus ou moins humanisée, elle s'étend d'est en ouest avec entre autre les plages de la Caravelle et du bourg, très touristiques et riches en activités nautiques, l'anse Du Belley où se pratique le kite surf, la longue plage de Bois Jolan très familiale et les plages de l'anse Gros Sable et de l'anse à la Barque où l'on trouve des vagues de surf.





Un patrimoine culturel fort

SAINTE-ANNE, BERCEAU DU GWOKA: élément fondamental de la culture guadeloupéenne et de l'âme saintannaise, il est présent dans les moments festifs, rituels mais aussi revendicatifs et identitaires. S'il résonne dans les nombreux léwoz de la ville, il est chaque année au centre de manifestations culturelles majeures, telles que le festival international de Gwoka en Juillet ou le mémorial Sergius Geoffroy en novembre.



LE CARNAVAL: Après les fêtes de fin d'année, arrive la période du carnaval. Le soir et les week-end, il est possible d'entendre le son des groupes qui s'entraînent dans les rues de Sainte-Anne, pour les parades dominicales. Les groupes y sont divers tant dans les costumes que dans la musique.



LES CONCOURS DE BOEUFS TIRANTS: Très prisées par les guadeloupéens qui s'y déplacent en famille, ces compétitions permettent de mettre en valeur et mesurer la force de taureaux historiquement destinés au transport de la canne à sucre. Les attelages de deux animaux doivent tirer une charrette lestée à flanc de colline. Le parcours est chronométré et l'arbitre compte attentivement le nombre de coups de fouet administrés qui ne doivent pas dépasser le nombre de douze.



LE TOURISME À SAINTE-ANNE EN QUELQUES CHIFFRES

Source : Office de Tourisme Intercommunal

Tout au long de l'année, des animateurs de loisirs, des hébergeurs, des restaurateurs proposent leurs services et font vivre le territoire.





















SECURISITE : LE DISPOSITIF D'ACCUEIL DES TOURISTES CROISIÉRISTES

Afin de sécuriser, baliser et encadrer l'accueil des touristes croisiéristes à Sainte-Anne, la ville a signé une convention de site touristique avec la Préfecture de Guadeloupe.

Chaque année, la ville et l'OTI du levant acceuillent des croisiéristes venus toujours plus nombreux découvrir les richesses du patrimoine, le littoral et ses plages.

Les équipes sont mobilisées avec des jeunes en mission de service civique pour accueillir les passagers, sécuriser leur déambulation et valoriser le patrimoine de la ville auprès de ces derniers tout en les orientant vers les points touristiques. Pour garantir leur acceuil, la sécurité des zones les plus fréquentées et coordonner l'ensemble des actions des acteurs de la croisière et de la sécurité, il était important d'engager tous les partenaires autour d'une convention SECURISITE. Des mesures de prévention et de protection ont ainsi été prises de façon partenariale sur un périmètre couvrant l'aire de dépose et d'accueil des touristes située à Galbas, le boulevard H.Ibéné (incluant la place Schoelcher) et la plage du Bourg.



- 1 Excursions longues : Stationnement des bus à Galbas où les croisiéristes seront déposés, feront leur visite touristique et embarqueront
- 2 Excursions courtes Pointe-à-Pitre/Saint-François : Dépose-minute à l'arrêt de bus du rondpoint du Nèg mawon et récupération des croisiéristes à l'espace réservé aux bus (terrain Tranchot -Autolagon)
- **3 Excursions courtes Saint-François/Pointe-à-Pitre** : Dépose-minute au centre culturel Stationnement des bus et récupération des croisiéristes à Galbas. Les touristes pourront effectuer leur visite et shopping en rejoignant le site des Galbas.

Pour les touristes ne souhaitant pas marcher trop longuement, la ville propose de mettre en place au centre culturel une exposition sur l'histoire de Sainte-Anne, son patrimoine et diverses thématiques, afin de les faire patienter tout en découvrant Sainte-Anne. Des chaises seront également mises à leur disposition.



UNE MONTÉE EN GAMME DES HÔTELS DU TERRITOIRE SOUTENUE PAR LA RÉGION GUADELOUPE

Objectif de la Région Guadeloupe partagé par la ville de Sainte-Anne et tous les acteurs de la filière, le développement du tourisme impose une approche coordonnée afin de valoriser et optimiser le patrimoine culturel et naturel de la Guadeloupe.

La grande hôtellerie, en améliorant la qualité de ses prestations et ses niveaux d'équipements, renforce l'ancrage de notre destination dans un tourisme de gamme.

La collectivité régionale, par son soutien sans précédent, a ainsi permis à l'Hôtel La Toubana de devenir le 1^{er} établissement 5 étoiles de l'île, et au Club Med, établissement hôtelier historique en Guadeloupe, de se rénover et renforcer ainsi son positionnement.







ZOOM SUR L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

Interview de Francs BAPTISTE, 5^{ème} Vice-président de la CARL, Président de l'Office de Tourisme Intercommunal de la Riviera du Levant

Qu'est-ce que l'Office de Tourisme Intercommunal de la Riviera du Levant?

Conformément aux dispositions prévues par la loi Notre, la Communauté d'Agglomération Riviera du Levant a délégué par délibération du 17 mai 2017, la compétence « Promotion du tourisme » à un Office de Tourisme Intercommunal (OTI) créé sous la forme d'un Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC). L'office intercommunal de la Riviera du Levant est la première structure intercommunale sous cette forme en Guadeloupe. Il regroupe les Bureaux Intercommunaux de Tourisme (BIT) des villes du territoire de la CARL à savoir Le Gosier, Sainte-Anne, Saint-François et la Désirade. J'en assure la présidence.

A quels objectifs doit répondre cet OTI?

Les objectifs ont été fixés conjointement entre le président de la CARL et le Président de l'OTI. Il s'agit :

- d'inscrire l'OTI dans une démarche qualité : étendre le classement en catégorie 3 à l'ensemble des BIT, mettre en place les démarches de certification, obtenir le classement des hébergements touristiques, mettre en place un schéma d'accueil et de diffusion de l'information touristique.
- d'inscrire l'OTI dans une démarche de labellisation : étendre le classement des communes à l'OTI, initier le classement en station de tourisme, étendre le label France Station nautique à l'OTI.
- d'inscrire l'OTI dans une démarche de performance : observer et mesurer la fréquentation touristique, obtenir l'immatriculation pour la commercialisation des produits touristiques, assurer l'animation de la destination « Riviera du Levant », assurer la promotion de la destination «Riviera du Levant».

Quelle est donc la feuille de route de cet OTI ?

Le comité de direction a adopté une feuille de route autour de 4 axes de travail pour 2020 :

- structurer les services de l'OTI afin d'en faire un outil répondant au plus haut niveau d'exigence de service des prospects, des clients, des socioprofessionnels
- Concrétiser le territoire d'expérience Riviera du Levant vis-à-vis de la destination Guadeloupe, des prospects, des clients, des socioprofessionnels
- Accompagner l'adaptation de l'offre aux attentes et aux comportements de la clientèle
- Faciliter la rencontre entre l'offre et la demande

Qu'est-ce qui a déjà été fait pour le moment ?

Une assistance à maîtrise d'ouvrage a accompagné les responsables des BIT et de l'association Office de tourisme de Saint-François durant le 1er semestre 2018 afin de mener une réflexion sur la mutualisation des méthodes de travail dans le cadre du référentiel de classement en catégorie 3 des offices de tourisme. Les équipes ont également travaillé sur les profils de clientèle et les outils de communication à développer.

Dans le même temps, les équipes des 4 BIT ont poursuivi leur mission première d'accueil et de conseil en séjour. Bien que les méthodes de comptage ne soient pas encore uniformisées, il est possible d'estimer à près de 25 000 le nombre de personnes accueillies dans les 4 bureaux. L'accueil est assuré dans plusieurs langues étrangères et sur 5 à 7 jours en fonction des bureaux. Un travail important de formation des agents a été engagé en vue de rassembler l'ensemble des bases de données d'information touristique des 4 bureaux dans un unique système d'information touristique mutualisé.

Cet outil mis à disposition par la Région Guadeloupe a permis d'indexer et de qualifier 1671 prestations touristiques qui alimentent le site internet et la base de données régionales. Par ailleurs, 6 agents ont été formés au classement des meublés de tourisme afin qu'il soit possible d'étendre ce service à l'ensemble du territoire de la Riviera du Levant en 2019. Des travaux de promotion ont également été enclenchés et ont abouti à la création de 2 brochures, l'une généraliste et l'autre axée sur le nautisme. L'idée est de créer une marque touristique autour des atouts touristiques du territoire.

Cette marque « Riviera des îles de Guadeloupe » permettra d'associer l'identité du territoire à la notoriété de la destination « Îles de Guadeloupe ». Une première version du site internet a été présentée. Il sera en 4 langues (français, allemand, anglais et espagnol) et sera opérationnel à partir de la fin du mois d'octobre. Des objets promotionnels viendront compléter le programme de promotion prévu. Il est à noter que la 11ème édition de la Route du rhum – Destination Guadeloupe a été l'occasion de promouvoir pour la première fois le territoire Riviera du Levant sous sa marque « Riviera des îles de Guadeloupe ».

7