

ANSE VATA IN NOUMEA.

THE PACIFIC'S CÔTE D'AZUR

New Caledonia's tourism sector is at last in top gear, as an industry masterplan is implemented.

People in Noumea used to quip that 'New Caledonia wants a tourism industry ... it just doesn't want the tourists.' That neatly summed up an attitude that long-prevalled in the prosperous territory: why go to the trouble of developing a significant tourism sector?

'New Caledonia's scarcely commercialised, stunning smaller islands round off an impressive tourist offering.'

INDUSTRY MASTERPLAN

Such a mind-set was consigned to history with the drawing up of the 2006 Tourism Masterplan. As reported in our 2007 edition, local authorities were galvanised by the fear that the substantial level of French financial support that New Caledonia currently receives would sooner or later be reduced. Tourism was identified as the only sector with sufficient potential to make up the shortfall.

Furthermore, with the mining industry concentrated in specific areas and becoming increasingly less labour-intensive, tourism also has the potential to spread jobs more evenly around the three provinces (there is no mining activity at all, for instance, in the Loyalty Islands).

Based on a comprehensive survey of the sector, the masterplan mapped out how a tourism sector of substance should be created, encompassing product development, room inventory, air access, and marketing.

Two years on, there are clear signs that the masterplan is being implemented and that annual visitor arrivals are set to rise sharply from a current level of about 100,000. (The same number of people also arrive on cruise ships—an area currently experiencing a surge of growth.)

Whatever complacency may have existed in the past has been replaced by a savvy, proactive industry approach that has already brought about growth of 27% in the key Australian market over the past year.

BOOSTING AWARENESS

Research undertaken for the masterplan revealed a shocking lack of awareness in Australia about its closest international destination. The last three years have seen a raft of measures employed to tackle that problem, such as regular advertising in the mainstream media, the commissioning of a Sydney-based PR firm, roadshows to meet travel industry professionals and an annual 'two-for-one' promotion. New Caledonia will also host the South Pacific Games in 2011.

Perhaps the *tour de force*, however, is the accreditation of celebrated Australia-based French chef Gabriel Gaté, as New Caledonia's Food Ambassador.

A DEFINED TOURISM PRODUCT

The purpose of such a move is to highlight that New Caledonia is a gastronomic paradise (see page 32), and it illustrates how the territory now has a much clearer idea of what kind of destination it aspires to be.

According to Patrick Moisan, General Manager at the Southern Province's tourist office, the de facto national tourist board: 'It is an asset to be a Pacific island, but we are not alone in that. We need to differentiate ourselves further.'

While gastronomic tours capitalise on the territory's appeal as a slice of France, its unique natural environment make eco-tourism, trekking and deer-hunting attractive. With the world's largest lagoon, recently listed as a UNESCO world heritage site, fishing, diving, scuba-diving and sailing are other strong suits. Finally, New Caledonia's scarcely commercialised, stunning smaller islands, such as the Isle of Pines, round off an impressive tourist offering.

IMPROVED TRANSPORT LINKS

Exciting developments in aviation are also adding capacity and opening up whole new markets.

In April 2009, Reunion Island airline Air Austral will begin flying Noumea–Sydney–Reunion–Paris twice weekly in wide-berth long-haul aircraft (see page 32). The Sydney–Noumea sector will be operated as a codeshare with the territory's own international carrier, AIRCALIN, which will benefit from this increased capacity on its key route.

AIRCALIN, which brought in e-ticketing last year, has also just commenced twice-weekly flights to Seoul in South Korea.

'This adds both frequency and capacity to services to France,' says AIRCALIN's Chief Executive Officer Jean-Michel Masson. 'In fact, from the customer's perspective, Incheon (Seoul) must be the best airport in North Asia, and the connections with Air France's Paris service are excellent in each direction.'

A TROPICAL DESTINATION WITH A DIFFERENCE

- The Pacific's Côte d'Azur: a French territory showcasing traditional Melanesian culture.
- Natural beauty: the world's largest lagoon (UNESCO-listed).
- Gastronomy: reputedly the best French food outside France.
- Climate: 'land of eternal spring,' subtropical year-round.
- Australia's closest international destination: 2 ½ hours from Sydney.
- First-world infrastructure and considered very safe.

LA CÔTE D'AZUR SUR LE PACIFIQUE

Le secteur du tourisme néo-calédonien arrive enfin à maturité grâce à la mise en place d'un plan directeur.

Une plaisanterie bien connue des milieux nouméens prétendait que 'Nouméa voulait une industrie du tourisme, ...mais ne voulait pas de touristes'. Cette perspective nonchalante a longtemps représenté une certaine attitude vis-à-vis du tourisme dans un territoire fort prospère : pourquoi en effet devoir se fatiguer à développer un solide secteur touristique ?

'Les splendides petites îles et îlots néo-calédoniens n'ont jusqu'ici que très rarement été l'objet de projets commerciaux et offrent des possibilités intéressantes au développement du tourisme.'

LE PLAN DIRECTEUR

Cette attitude a été sérieusement remise en question par le plan directeur pour le tourisme, élaboré en 2006. Comme nous l'avions mentionné dans notre édition précédente, cette initiative fut initialement galvanisée par la crainte que l'important support financier de la France au territoire viendrait tôt ou tard à se réduire. Le tourisme fut identifié comme le seul secteur économique ayant le potentiel de compenser une perte de telle ampleur.

Qui plus est, l'industrie minière étant concentrée dans des régions bien circonscrites, et employant relativement de moins en moins de main oeuvre, le tourisme a également le potentiel de répartir les emplois de façon plus équitable entre les trois provinces (il n'y a par exemple pas d'activité minière sur les Iles de la Loyauté).

Fondé sur les résultats d'une étude très complète du secteur, le plan directeur établit comment un secteur touristique substantiel pourrait être créé, passant en revue notamment le développement des produits, un inventaire des disponibilités d'accueil, l'accès par voie aérienne, et les études de marché.

Deux ans après, on peut voir des signes tangibles de progrès, indiquant que le plan directeur s'est mis en route. On estime que le nombre annuel de visiteurs va augmenter de façon très importante par rapport au nombre actuel d'environ 100 000 visiteurs par an (à peu près le même nombre de visiteurs arrive en bateaux de croisière, un secteur actuellement en pleine croissance).

Et il y a des raisons d'espérer. Ainsi, la dernière année a déjà apporté à l'île un taux de croissance de 27% sur l'important marché australien.

VEILLER L'ATTENTION DES VOISINS

Des études entreprises pour élaborer le plan directeur ont révélé une méconnaissance profonde de la Nouvelle-Calédonie en Australie, pourtant un proche voisin (la Nouvelle-Calédonie est la plus proche destination aérienne internationale). En réponse à ce problème, les trois dernières années ont vu l'émergence d'une panoplie de mesures destinées à corriger ce problème : campagnes de publicités

HAVRE GASTRONOMIQUE ET PARADIS POUR FINES BOUCHES



La Nouvelle-Calédonie est, à juste titre, aussi réputée pour sa fine gastronomie que pour ses plages magnifiques. Quand les Français colonisèrent l'île en 1853, ils introduisirent non seulement leurs aliments d'origine mais aussi leur passion pour la table.

Il y a désormais plus de 150 restaurants rien qu'à Nouméa, de nombreux traiteurs et épiceries fines tels que La Comtesse du Barry ou la Maison Ballande, ou encore l'imposant supermarché Carrefour et les petits marchés typiquement français de la Baie de la Moselle.

Le secteur touristique néo-calédonien bénéficie grandement de ces atouts. Avec le célèbre cuisinier franco-australien Gabriel Gâté comme ambassadeur culinaire, le secteur a développé un guide du gourmet en 24 pages (téléchargeable

à partir du site web suivant : www.newcaledonia.com.au/gourmet).

Ces opportunités n'ont pas échappé non plus à l'œil appréciateur d'Errol Jones, un homme d'affaires australien. Son agence, Superb French Food and Wine Tours, organise des virées gastronomiques de 5 jours offrant à ses clients gourmets diverses expériences culinaires, dont notamment l'opportunité de prendre des leçons de cuisine dans une école qui porte le nom du célèbre Escoffier. Jones admet que dans son dernier groupe, dont les âges variaient de 28 à 70 ans, pas un des ses clients n'aurait raisonnablement pu être qualifié de fin gourmet...c'est-à-dire, pas au moment où ils quittèrent l'Australie en tout cas.

Il souligne qu' 'une bonne partie du charme [de la Nouvelle Calédonie] provient de son tourisme 'de terroir'. Certes, les restaurateurs et les cuisiniers du territoire ne courent pas après leurs clients, mais...ils se montrent de dignes héritiers de la chaleureuse tradition française'.

'Ce qu'il nous a fallu surmonter', rajoute-t-il, 'et ce que le bureau Nouvelle-Calédonie Tourisme a également dû surmonter, c'est une certaine ignorance en Australie des atouts de notre territoire'. Nul doute que ceci est amené à changer rapidement. On commence à savoir qu'il est une île dans le Pacifique Sud où les voyageurs peuvent littéralement 'mariner' dans toutes les spécialités françaises.

This not only provides an alternative route to La Metropole, but opens up South Korea itself as a tourist market. It should help compensate for a drop in visitor numbers from Japan, the traditional mainstay of the New Caledonian tourism industry, where economic conditions are having an adverse effect on outbound travel.

Domestic transport is being improved too, with tourism in mind. Small domestic carrier Air Loyauté will get two new Twin Otter aircraft in late 2010 and early 2011 to make the outer islands more accessible. Fast ferry services have been introduced over the past year to both the Loyalty Isles and the Isle of Pines, making the latter a comfortable day trip from Noumea for the first time. The principal domestic airline is Air Cal (operating ATR-42 and ATR-72 aircraft).

NEW HOTELS

In this context, it is no surprise that new hotels are being built, and existing properties expanded and renovated.

The first major new property to open in Noumea for many years was the sleek Ramada Plaza Hotel in November 2005, appealing to both business and leisure markets. Shortly afterwards, La Promenade, a large complex of serviced apartments and retail outlets, sprang up beside it.

On the Isle of Pines, which is renowned for its pristine tropical island setting, Ouré Lodge has been upgraded to a four-star property while extensive developments have been undertaken at the Kodjeue and Kou Bugny properties. Meanwhile, at Poindimié in the north-east of the main island of Grand Terre, the 50-key Tieti Tera Beach Resort opened recently.

LOCAL CAPITAL

Looking ahead, the investment arms of the three provinces all have plans to expand their tourism portfolios.

The Northern Province's SOFINOR already owns five hotels, including the main hotel in the town of Koné, which services the Koniambo project. It is building a second hotel in Koné, where demand is currently exceeding supply, and is also looking at other opportunities in this sector.

In the south, PROMOSUD recently announced plans for an 8000-hectare site near Bourail, an hour north of Noumea, which will include a five-star hotel plus other accommodation options, golf course and trekking, all in a beachside setting.


PROMOSUD is already a major investor in both Le Meridien properties in New Caledonia, but New Caledonia needs more leading hotel 'brands' such as this. SODIL, the development and investment arm of the Loyalty Islands Province, is hoping to change that. It is looking for prospective partners with which to develop a five-star project:

'We actually have three spectacular beachfront sites on each of the three Loyalty Islands. The key infrastructure is already in place. We are now looking for an experienced international partner,' says SODIL's General Manager Samuel Hnepeune.

INVESTMENT INCENTIVES

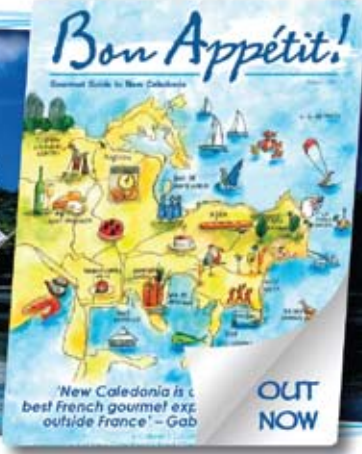
While investors from mainland France have some obvious advantages in New Caledonia, those from Australia and New Zealand are far closer geographically. As a market, Australia is also considered to have the most potential for further growth. Wherever they come from, an overseas investor may be able to reduce their risk through the mechanism of the Loi Girardin. This encourages sustainable investment by French taxpayers in French overseas territories by providing major tax incentives. ■

A taste of New Caledonia FREE




"Get your copy of our new Gourmet Guide. It makes delicious reading, and it's FREE".

Gabriel Gaté



New Caledonia is a totally delicious gourmet experience, and right now you can get a real taste with our Free 24 Page Gourmet Guide. Gabriel Gaté takes you on a Gourmet Trail of Nouméa and introduces you to some of the finest chefs and their favourite recipes. And there is so much more to whet your appetite at the Paris end of the South Pacific - all only 2 hours from Brisbane and 2.5 hours from Sydney. Bon Appétit!



New Caledonia
www.newcaledonia.com.au

For your free copy call 1800 673 745 or contact us through: www.newcaledonia.com.au

dans les principaux médias australiens, néo-zélandais et japonais, recrutement d'une agence de communication de Sydney, présence aux salons professionnels du secteur, et des promotions annuelles de type 'deux pour un'. La Nouvelle-Calédonie s'apprête également à accueillir les Jeux du Pacifique Sud en 2011.

Le coup de maître de cette campagne pourrait cependant bien se révéler être l'accréditation de Gabriel Gâté, le célèbre cuisinier franco-australien, comme ambassadeur culinaire du territoire.

UN PRODUIT TOURISTIQUE BIEN DISTINCT

L'objectif est de mettre l'accent sur la vocation gastronomique de la Nouvelle-Calédonie (voir page 29), ce qui illustre particulièrement les progrès accomplis par le territoire pour se définir en tant que destination touristique. D'après Patrick Moisan, le directeur général du bureau de tourisme de la Province Sud (qui est de facto le bureau de tourisme national) :

'C'est un atout d'être une île du Pacifique, mais nous ne sommes pas les seuls à posséder cet atout. Nous devons continuer à nous distinguer des autres autant que possible'.

Alors que les tours gastronomiques se centrent sur l'aspect 'un morceau de France dans le Pacifique' du territoire, son environnement préservé et la beauté naturelle de ses paysages la rendent propice à l'éco-tourisme, aux activités de randonnée et à la chasse. Ayant le plus grand lagon au monde, récemment ajouté à la liste des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, la pêche, la plongée et la voile représentent d'autres potentiels de développement pour le territoire.

Pour conclure, les splendides petites îles et îlots néo-calédoniens tels que l'île des Pins n'ont jusqu'ici que très rarement été l'objet de projets commerciaux et offrent des possibilités intéressantes au développement du tourisme.

DE NOUVELLES ROUTES AÉRIENNES

De nouveaux développements dans le domaine du transport aérien vont également permettre l'éclosion de tout nouveaux marchés.

En Avril 2009, la compagnie aérienne de la Réunion, Air Austral, va mettre en service un vol long courrier bihebdomadaire reliant Nouméa à Paris via Sydney et La Réunion (voir page 33). Le secteur Sydney-Nouméa sera géré en code commun (codeshare) avec la compagnie néo-calédonienne AIRCALIN, qui bénéficiera sans nul doute de l'accroissement du volume sur cette route stratégique.

AIRCALIN, qui l'année dernière a introduit ses premiers billets électroniques, vient de mettre en service des vols bihebdomadaires sur Séoul en Corée du Sud.

Jean-Michel Masson, Directeur Général d'AIRCALIN, affirme que 'ces nouveaux vols vont renforcer la fréquence et la capacité du service aérien avec la France... En fait, du point de vue du client, Incheon (Séoul) est probablement le meilleur aéroport de l'Asie du nord, et les connections avec les vols Air France desservant Paris sont excellentes dans les deux directions'.

Cette nouvelle ligne va non seulement fournir un nouvel itinéraire vers la métropole française, mais aussi ouvrir la Nouvelle-Calédonie aux touristes sud-coréens. Espérons que cette ouverture pourra compenser la chute du nombre de visiteurs en provenance du Japon. Ces derniers ont longtemps été les piliers du secteur touristique néo-calédonien, mais la stagnation économique au Japon a progressivement réduit les déplacements extérieurs de ses résidents.

Une autre réponse à la demande touristique provient du secteur aérien domestique. La compagnie locale de vols petit porteur, Air Loyauté, s'est assurée les services de deux nouveaux avions Twin Otter pour fin 2010 - début 2011, afin d'améliorer l'accès aux îles

satellites de la Nouvelle-Calédonie. L'année dernière, des services de ferry rapides ont également été mis en place tant vers les îles Loyauté que vers l'île des Pins, repositionnant cette dernière à courte distance horaire de Nouméa (un aller-retour facile en une journée). La principale compagnie aérienne domestique est AirCal qui assure ses services avec des appareils de types ATR-42 et ATR-72.

LE SECTEUR HÔTELIER S'ÉTEND

Dans un tel contexte, nul ne sera surpris d'apprendre que les anciens hôtels se rénovent et s'étendent, et que de nouvelles installations se construisent.

La première construction majeure depuis plusieurs années à Nouméa fut l'élégant Ramada Plaza, qui ouvrit ses portes en Novembre 2005. Il vise tant la clientèle d'affaire que le tourisme de loisir. Peu après, un large complexe d'appartements et de magasins de détail, La Promenade, se développa à ses côtés.

Sur l'île des Pins, réputée pour son décor idyllique d'île tropicale, l'hôtel Ouré a obtenu sa quatrième étoile dans les guides hôteliers, et des travaux extensifs de rénovations ont également été entrepris aux hôtels Kodjeu et Kou-Bugny.

A Poindimié, dans le nord-est de Grande Terre, l'île principale du territoire, le complexe touristique de Tieti Tera a été récemment achevé, offrant 50 bungalows disséminés sur un parc de 3 hectares.

LE CAPITAL LOCAL

Dans le futur, les agences d'investissement de chacune des 3 provinces ont toutes exprimé leur intention d'élargir leur portefeuille de projets touristiques.

SOFINOR, l'agence de la province nord, détient déjà 5 hôtels, dont l'hôtel principal de la ville de Koné, qui sert de base pour le projet Koniambo. SOFINOR est en train de construire un second hôtel à Koné, une ville où la demande actuelle dépasse l'offre. SOFINOR est en train de considérer d'autres opportunités d'investissement dans ce secteur.

Dans le sud, PROMOSUD a récemment annoncé un plan de développement hôtelier sur un site de 8000 hectares près de Bourail à environ une heure de Nouméa, incluant un hôtel cinq étoiles ainsi que d'autres options d'hébergement, un terrain de golf, et des itinéraires de trekking, le tout dans un cadre balnéaire.

PROMOSUD est déjà un investisseur majeur dans les deux complexes Le Méridien établis en Nouvelle-Calédonie, une de ces prestigieuses marques hôtelières dont le territoire reste encore un peu à court. SODIL, le société d'investissement de la Province des Îles Loyauté espère pouvoir bientôt élargir cette présence. SODIL cherche activement de nouveaux partenaires avec lesquels démarrer un projet de complexe cinq étoiles :

Samuel Hnepeune, Directeur Général de SODIL, estime que 'nous avons en fait trois sites spectaculaires au bord de l'eau, sur chacune des trois îles Loyauté. L'infrastructure essentielle est déjà en place. La seule chose qui nous manque encore est un partenaire international d'envergure et expérimenté'.

LES INVESTISSEURS POTENTIELS

Bien que les investisseurs français basés en Métropole disposent d'un solide avantage pour investir en Nouvelle-Calédonie, ceux de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande sont bien plus proches géographiquement. Le marché australien offre aussi un potentiel de croissance supérieur à celui d'autres nations. De surcroît, quelle que soit son origine, l'investisseur étranger peut toujours réduire son exposition au risque en utilisant la loi Girardin, qui encourage par le biais de déductions fiscales l'investissement durable de contribuables français dans les territoires français d'outre-mer. ■