

Cluster Touristique de Grenade — Repositionnement de Destination Financé par Compete Caribbean (2013–2015)

City Innovation Library · Bonne pratique · Grenade

Score de qualité : 57/100

Niveau de preuve : Modérées

Résumé

Une campagne marketing de Compete Caribbean a aidé le cluster touristique de Grenade à augmenter les arrivées d'environ 30 % entre 2013-2015 (~88 000 à 136 000), bien qu'un nouveau complexe Sandals la même période ait aussi stimulé la demande.

Dimensions clés

Dimension	Score
Evidence of impact / measured results	2/3
Transferability / demonstrated replication	2/3
Scalability	2/3
Sustainability / continuity	2/3
Innovation	1/3
Inclusiveness / equity	1/3
Multi-stakeholder collaboration	2/3

Évalué par C-NAPSE

Sources de données

[C-NAPSE web research](#) — consulté le 2026-09-05

[Grenada Tourism Authority & Grenada Hotel and Tourism Association, with Compete Caribbean Partnership Facility \(IDB\)](#) — consulté le 2026-09-05

[Caribbean Journal: Grenada Reports 18.4 Percent Increase in Tourist Arrivals](#) — consulté le 2026-09-05

[Compete Caribbean Final Evaluation Report \(Technopolis Group, 2016\), p.64](#) — consulté le 2026-09-05

Citer — Evidoria. *Cluster Touristique de Grenade — Repositionnement de Destination Financé par Compete Caribbean (2013–2015)*. ID persistant : 73644fbe-16d1-45ba-bf2d-45abde7e0a9c.