

# Odyssea: « On se positionne en leader du tourisme local »

Le maire de Saint-Cyprien, Thierry Del Poso, se félicite de l'utilisation des fonds européens pour le développement de son port et de l'arrière-pays.

**E**n quoi consiste le projet Odyssea dont le port de Saint-Cyprien est localement le chef de file avec un appui de l'Europe de 200 000 € ?

Il s'agit de la mise en réseau depuis cinq ans des projets touristiques et culturels des villes portuaires de la Méditerranée. Un projet approuvé et cofinancé par la commission européenne et dont la communauté de communes Sud Roussillon est le chef de file. Concrètement, trois territoires en France, Espagne et Portugal ont été identifiés pour la mise en place d'une politique touristique commune. A partir d'un cahier des charges, il s'agit, grâce à des études et des outils numériques performants, de valoriser les territoires qui se trouvent à une heure de route du port. Permettre ainsi aux touristes qui empruntent le port d'avoir un accès simple à tout ce qu'il y a à faire, voir ou déguster à Perpignan et dans l'arrière-pays.

**Vous venez de conclure la première étape du projet Odyssea. Quel bilan en tirez-vous ?**

Tout d'abord, les représentants de Bruxelles en charge de la politique maritime européenne sont satisfaits du travail réalisé par la communauté de communes Sud Roussillon. Ils ont affirmé que la subvention de l'Europe de 200 000 € a été utilisée à bon escient. D'ailleurs, la commis-



► L'Europe a financé à hauteur de 200 000 € ces outils de promotion touristique des Pyrénées-Orientales, comme ici à la capitainerie de Saint-Cyprien.

Photos Philippe Rouah

sion européenne souhaite que le président d'Odyssea et moi-même viennent présenter ce projet au parlement européen le 20 janvier pour expliquer les raisons de la réussite du projet.

**Pourquoi cela marche-t-il ?**

Parce que Saint-Cyprien, port d'entrée du Pays catalan, ne vend pas uniquement son port et son sable, mais tout un territoire dans une approche qui se veut solidaire et respectueuse des particularités de chacun. Notre fierté, c'est que grâce à des outils techniques, des touristes qui ont emprunté le port puissent commander des vins de

Maury ou de Tautavel. On est ici dans le développement de l'économie et de l'emploi et on positionne Sud Roussillon en leader du développement touristique local. Pour le moment, nous avons une trentaine de partenaires (hôtels, restaurants, producteurs, activités de loisirs), mais nous comptons bien multiplier ce chiffre par cent.

**Quels sont les outils mis en place à la capitainerie, dans l'office de tourisme et dans les six villes de Sud Roussillon ces quinze derniers jours ?**

Ce sont des bornes interactives, des totems, des applica-

tions numériques. Mais cela n'est que la partie visible de l'iceberg. Derrière cet investissement pour des outils numériques, il y a un grand travail d'ingénierie et d'études sur la mise en réseau des ports et la promotion solidaire de nos territoires.

**Quelle sera la 2<sup>e</sup> étape du projet ?**

Il s'agit maintenant d'exporter ce modèle à l'ensemble des ports en Espagne, au Portugal et ceux de la façade atlantique. Nous pourrions alors donner notre savoir-faire et notre méthodologie car ici Odyssea est une réussite.

Recueillis par Julien Marion