

LABEL EUROPÉEN ODYSSEA®
DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE MER & TERRE

CONTRIBUTION FRANCE EUROPE
TOURISME & CROISSANCE BLEUE 20/20

DESTINATION BLEUE® COTENTIN

UN TERRITOIRE DE LA CROISSANCE BLEUE ET VERTE A FORT POTENTIEL ET EN GRAND DEVENIR



MANCHE – RÉGION NORMANDIE



LE LIVRE BLEU ODYSSEA®

Patrimoine, Tourisme, Croissance Bleue et Verte

Autour des Villes-Ports et Terroirs Mer & Terre
Maritimes, fluviaux, lacustres et des nouvelles Routes Bleues

UN OBJECTIF DE DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE, DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ

NAUTISME – CROISIÈRE – PLAISANCE – ACTIVITÉS AQUATIQUES - PÊCHE - PATRIMOINES - BIODIVERSITÉ
ITINÉRAIRES, ROUTES BLEUES DU LITTORAL, PLAGES, PAYSAGES MARITIMES – SAVOIR-FAIRE LOCAUX

Le nouveau pôle d'Excellence Touristique de la France et de l'Europe autour des villes-ports, leurs voies et bassins de navigation, leurs Routes Bleues du littoral

INTRODUCTION

LES VILLES-PORTS, LA MER, LE FLEUVE, LES VOIES NAVIGABLES ... LA VISION D'AVENIR

Réinventer, Aménager, Préserver, Innover, Promouvoir... le Groupement Européen **Odyssea Tourisme et Croissance Bleue** vise à concrétiser le **1^{er} réseau de l'économie du Tourisme Bleu et de la croissance bleue et verte**. Il affirme la spécificité patrimoniale, sociétale et culturelle des **Villes-Ports, leurs voies patrimoniales et nautiques de navigation, de la mer, du fleuve....** L'objectif est l'organisation et la fédération des élus, entreprises, acteurs... de plus de **600 Villes-Ports - 1200 ports** en France, répartis sur les grands bassins de navigation : Méditerranée, Atlantique, Océan Indien, Caraïbes, Océan Pacifique et les voies navigables intérieures.



L'organisation Odyssea® et son nouveau thème de Tourisme Bleu® « l'Or Bleu » est un enjeu majeur pour l'Europe et la France: 2ème espace maritime au monde et 1er réseau européen de voies fluviales. L'ambition de la Croissance bleue® autour des villes-ports dans les modèles du label européen Odyssea® est de devenir à l'horizon 2021, le nouveau pôle touristique des plus importants en France et en Europe (économique, croissance-emploi, attractivité, innovation et notoriété).

LES ENJEUX

Un nouveau pôle d'excellence pour renouveler l'attractivité et favoriser la croissance bleue de la France maritime, fluviale et lacustre

Les partenaires constatent que ce segment de l'industrie touristique n'a pas encore trouvé la place stratégique qui devrait être la sienne dans les politiques touristiques du territoire français et euro-méditerranéen



TOURISME BLEU *la France au fil de l'eau* SON POTENTIEL

La France est le **second espace maritime** au monde avec plus de **dix millions de km²**, et des côtes donnant sur les **trois océans** et de nombreuses mers du globe. Riche de **562 ports littoraux**, **4 millions de plaisanciers**, **9 millions d'adeptes** qui pratiquent des activités nautiques, **1074 clubs de voile**, **30 activités nautiques**, un chiffre d'affaires de **5 milliards d'euros**, **40 000 emplois** en France, **8 500 km de voies navigables**.

ESCALE NAUTIQUE

ESCALE CULTURE
& PATRIMOINE

ESCALE SAVEURS
& GASTRONOMIE

ESCALE NATURE
& DÉCOUVERTE

ESCALE SPORT
LOISIRS & BIEN-ÊTRE

ITINÉRAIRES, BALADES
BLEUES ET VERTES

NOTRE OBJECTIF

Positionner le Tourisme Bleu : maritime, côtier, lacustre et fluvial autour des villes-ports comme un produit français phare, au même titre que le tourisme culturel, le tourisme gastronomique...

DÉFINITION

Le Tourisme Bleu[®], la découverte de la France au fil de l'eau : même s'il peut englober une grande diversité d'offres, nous employons ici le terme de « Tourisme Bleu[®] » pour désigner les formes de tourisme centrées sur les 30 activités nautiques, les loisirs aquatiques du futur, la croisière, la plaisance, le pescatourisme et sur la mise en tourisme d'excellence de l'itinérance douce au fil de l'eau avec le développement des nouvelles Routes Bleues[®] (mobilité en bateaux, à vélo, à pied, à cheval..., innovations aquatiques...) privilégiant 5 thématiques d'escales - étapes et permettant une proximité avec la nature, la biodiversité, les plages, la mer, le fleuve, la Culture, le Patrimoine maritime, la Gastronomie, les savoir-faire locaux (pêche, agri/oenotourisme...) et les habitants des territoires bleus des villes-ports maritimes, fluviales et lacustres.

Plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

Contexte général

La Commission Européenne a affirmé sa nouvelle stratégie européenne 20/20 pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime et référence le modèle Odyssea®

La stratégie « Croissance Bleue » de la Commission vise à soutenir en particulier la croissance durable de cinq secteurs clé : l'aquaculture, le tourisme côtier intégrant la croisière et la plaisance, les biotechnologies marines, l'énergie marine et l'exploitation minière des fonds marins.

La Commission Européenne a présenté la nouvelle stratégie Europe 2020 visant à promouvoir le tourisme côtier et maritime en Europe, en reconnaissant le potentiel de ce secteur en matière de croissance durable et de création d'emplois. La stratégie présente 14 mesures de l'UE destinées à aider les régions côtières et leurs entreprises à relever les défis auxquels elles sont confrontées et renforcer la position du secteur en tant que moteur essentiel de l'économie de l'Union européenne. **Le label Odyssea est référencé comme un exemple à suivre.** Un écotourisme thématique fondé sur la navigation de plaisance, une organisation collective en cluster des 30 filières nautiques et intégrant la pêche comme une culture, un patrimoine à valoriser et à promouvoir dans le « Pescatourisme ». Le modèle Odyssea invite à organiser des balades et des itinéraires bleus en mer et sur les voies navigables, à valoriser le patrimoine maritime dont la pêche en est un exemple révélateur. **Le label Odyssea conditionne** la mise en écotourisme des activités autour du patrimoine culturel, de la pêche, des parcs archéologiques sous-marins, des paysages côtés Mer & Terre, des loisirs Nature, Santé, Art de vivre... dans **une stratégie touristique intégrée innovante de Développement Local avec les Acteurs Locaux (DLAL).**

C'est un nouveau « **Tourisme Bleu®** » garant (label) d'une offre innovante, attractive, durable et de grande qualité qui propose et valorise des offres et des services des 4 saisons « autour des Villes Ports ». Des **destinations portuaires** qui s'engagent à accompagner la diversification des sources de **revenus des professionnels de l'économie bleue**, qui organisent la valorisation des 5 escales thématiques : **Culture - Nautique - Nature - Saveurs et Art de Vivre, Sport Loisirs et Bien être** et qui aménagent et signalent les Points d'Intérêt Touristique (P.O.I), le long de nouvelles **balades et nouveaux itinéraires bleus et verts.**

UN OBJECTIF DE DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE,
DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ.



TERMES DE RÉFÉRENCE DE LA CHARTE ODYSSEA

« L'ÉCONOMIE BLEUE DE LA MER »

L'ENJEU ÉCONOMIQUE D'UNE STRATÉGIE DE SMART SPÉCIALISATION DE CROISSANCE BLEUE POUR LES DESTINATIONS DU TOURISME CÔTIER ET MARITIME

Enjeux économiques

Le label européen ODYSSEA, est une contribution à la stratégie France et Europe pour plus de croissance et d'emplois dans le tourisme côtier et maritime et l'économie bleue

Le tourisme côtier est la forme la plus populaire de tourisme en Europe. Deux touristes européens sur trois préfèrent passer leurs vacances sur le littoral.

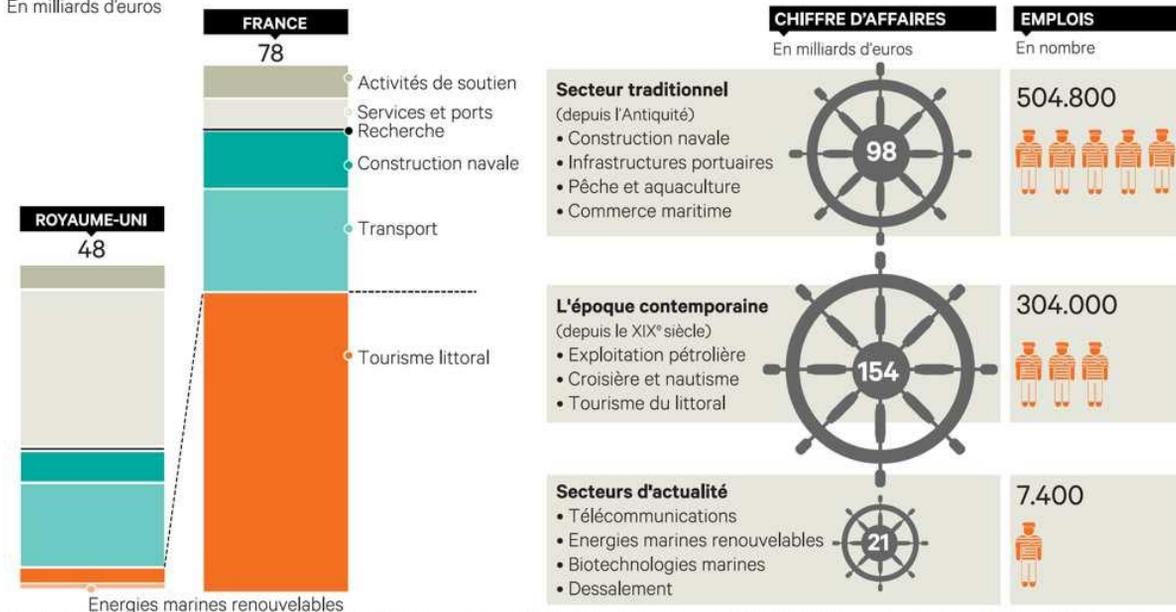
Près de la moitié des nuits passées dans des hébergements touristiques dans l'Union européenne (UE) le sont dans des zones côtières. Avec le tourisme de croisière, la navigation et les ports de plaisance, le tourisme côtier dans l'UE fait vivre plus de trois millions d'Européens et génère des recettes de 184 milliards d'Euros en valeur ajoutée brute et représente plus d'un tiers de l'économie maritime.

Le défi d'une stratégie européenne pour plus de croissance et d'emplois du tourisme côtier et maritime a besoin d'un cadre politique ambitieux. La Commission européenne, les États membres, les autorités régionales et locales, l'industrie du tourisme et les autres parties intéressées doivent prendre des mesures ciblées, ayant une incidence sur ce secteur.

L'économie de la mer pèse trois fois plus lourd que l'automobile

L'économie de la mer en chiffres

En milliards d'euros



• LES ÉCHOS • / SOURCE : FONDATION POUR LA MER

Le BCG a évalué, dans une étude pour la Fondation de la mer le poids de l'économie maritime, à 270 milliards d'euros. C'est 14 % du PIB français, trois fois le secteur automobile et six fois le secteur aéronautique.

L'espace maritime sous souveraineté française « emploie 820.000 personnes, contribue à 270 milliards d'euros par an pour l'économie nationale et pèse l'équivalent de 14 % du produit intérieur brut [PIB, NDLR] du pays.

Visiter la France et l'Europe au fil de l'eau

Perspectives

Odyssea

CROISSANCE BLEUE ET VERTE HORIZON 2020



CROISSANCE BLEUE AUTOUR DES PORTS : LE DEVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET CULTUREL DES VOIES BLEUES & VERTES D'EUROPE POUR UN TOURISME MARITIME, CÔTIER ET FLUVIAL EXEMPLAIRE

La France du Tourisme Bleu® des modèles Odyssea bénéficie d'une représentativité de la filière de 473 ports littoraux, 478 ports fluviaux et 78 ports lacustres, 8500 kms de voies navigables, près de 30 activités nautiques et 9 millions d'adeptes pour un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros et 40 000 emplois. La France est le **premier pays littoral d'Europe** et le **second espace maritime au monde**.

Le Tourisme Bleu®, la découverte de la France au fil de l'eau valorise une offre intégrée de tourisme durable des nouvelles destinations bleues attractives, autour de **5 thématiques d'escales Odyssea**, permettant le **développement d'itinéraires patrimoniaux (Routes Bleues)** et une **plus grande proximité avec la mer, le fleuve, les voies navigables, la nature, les cultures locales, la gastronomie, le patrimoine**, dans le respect et la préservation de **l'environnement** et un meilleur accès pour tous les publics à la culture et aux activités maritimes ou fluviales.

“ **Destinations Bleues d'Excellence® Odyssea**, un label qui inscrit la **Ville-Port**, ses voies de navigation, dans une cohérence de Destination Bleue touristique, maritime, fluviale ou lacustre, dans **un programme de développement territorial et touristique intégré et durable** dont les objectifs sont l'économie, l'emploi, la protection et la valorisation des patrimoines et de l'environnement. Des territoires d'innovation qui engagent une valorisation et une mise en tourisme du **nautisme, de la plaisance, la croisière, l'écotourisme et l'écomobilité autour d'itinérances bleues**. Un programme fondé sur 6 axes stratégiques, reconnu par la Commission Européenne, dans sa "Stratégie 2014-2020 pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime". Une innovation concernant la **mise en réseau des Villes-Ports et une meilleure connectivité touristique des offres, produits, services et leurs entreprises...** ”

« L'AMBITION MARITIME, LACUSTRE ET FLUVIALE DE LA FRANCE »

Le défi

Implanter un nouveau Tourisme Bleu® territorial, « Or Bleu » moteur pour l'attractivité, l'économie et l'emploi autour de la croissance bleue et verte

Les critères de référence de la charte Odyssea sont issus d'un long processus de concertation, d'ingénierie, de phases opérationnelles dans des territoires pilotes. Le livre Blanc est le document fondateur écrit avec l'aide d'une task-force présidée par la FFPP et pilotée par la direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des services (DGCIS), l'Institut européen des Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe, différents ministères, des Régions, l'ANEL, le comité scientifique (plus de 40 experts, universitaires...)...

Odyssea®, la coopération européenne au cœur du processus

La mise en réseau des villes-ports s'intègre dans le tourisme maritime et côtier, qui inclut le tourisme de croisière, plaisance, loisirs nautiques, ainsi que balnéaire. Il constitue un moteur essentiel pour l'économie de nombreuses régions côtières et îles, en France, en Europe et en Méditerranée. La coopération autour du « Tourisme Bleu » est stratégique, un défi ! Elle représente, à l'échelle européenne, 4 000 ports, près de 3,2 millions d'emplois, 183 Md€ en valeur ajoutée brute pour l'économie de l'Union Européenne, et plus d'un tiers du produit brut de l'économie maritime.

PROGRAMMES EUROPEENS APPROUVÉS DANS L'OBJECTIF DE LA CROISSANCE BLEUE ODYSSEA® :

- ODYSSEA FIM (France Italie Maritime): Corse - Ligurie - Toscane – Sardaigne
- Tourisme Ports Environnement (TPE) : Corse - Ligurie - Toscane – Sardaigne
- RESAPORTS (ALCOTRA) - ODYSSEA : France – Italie
- ODYSSEA AL ÁNDALUS : Espagne (Andalousie) - Maroc (Tanger-Tetuán)
- ODYSSEA SUDOE : Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon, Baléares, Andalousie, Algarve, Alentejo
- CERTESS - European Cultural Routes - Transfer Expériences, Share Solutions –: Luxembourg - Espagne - France - Italie - Malte – Allemagne, Pologne, Autriche, Finlande, République Tchèque, Roumanie.
- ODYSSEA CULTURES EURO-MED, (DG ENTR): France – Espagne – Belgique – Luxembourg –
- ODYSSEA TOUR IN MED ((ENPI CBC MED) : Espagne - France - Grèce - Tunisie - Liban (en instruction)
- ODYSSEA – ECONAUTIC MED (ENPI CBC MED) : Espagne - France - Grèce - Tunisie - Liban (en instruction)
- ODYSSEUS – Voyages mythiques et initiatiques en Méditerranée : France - Grèce - Italie – Espagne (en instruction)

Le défi : valoriser le nouvel « Or Bleu »

TOURISME BLEU DANS L'UNION EUROPÉENNE

GEC Odyssea Tourisme et Croissance Bleue

	Mer Baltique	Mer du Nord	Atlantique	Méditerranée	Mer noire	Total
VAB totale	18	31,1	34,5	90,3	1,3	183
Tourisme côtier	11,7	20,8	26	62,3	1,3	130 a)
Tourisme de croisière	1,7	1,9	1,8	9,0	0,0	15
Navigation et ports de plaisance	4,6	8,4	6,7	19,0	0,0	38
Emploi total	306,2	564,3	594,5	1 540,8	26	3 182
Tourisme côtier	226	401	502	1 203	25	2 507 a)
Tourisme de croisière	36	83	28	155	1	303
Navigation et ports de plaisance	44,2	80,3	64,5	182,8	0,0	371,9

Valeur ajoutée brute totale (VAB, en milliards) et emploi (x 1000) du tourisme côtier et maritime dans l'UE en 2011 (sauf Croatie).

Le tourisme est en plein essor et l'Europe est la destination touristique mondiale n° 1. En 2012, 534 millions d'arrivées de touristes ont été enregistrées en Europe, ce qui représentait 17 millions de plus qu'en 2011 (52 % des arrivées au niveau mondial) et les recettes se sont élevées à 356 milliards € (soit 43 % du total mondial)¹.

Source Commission européenne



QUELS SONT LES AVANTAGES DU LABEL EUROPÉEN ODYSSEA TOURISME ET CROISSANCE BLEUE ?



LE LABEL EUROPÉEN ODYSSEA® permet à la Ville-Port, ses Routes bleues de navigation, ses voies bleues de découverte au fil de l'eau, à la fois d'évaluer les performances de sa destination en matière de spécialisation bleue : loisirs nautiques, croisière, plaisance & grande plaisance, pêche, patrimoine maritime, médiation des paysages culturels..., en matière d'attractivité, d'innovation, d'accessibilité des sites et entreprises, de qualité, de performance économique, d'excellence culturelle, environnementale et sociale..., d'engager une démarche de progrès et de valoriser ses actions auprès des parties prenantes.

Véritable atout de communication et de différenciation dans le respect des identités et cultures locales, il n'en est pas moins une marque collective européenne de reconnaissance, de promotion commune, pour valoriser et promouvoir une gestion durable et de haute qualité des Destinations Bleues d'Excellence.



UN OBJECTIF DE DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE, DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ

Plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

COTENTIN

RÉGION NORMANDIE & DÉPARTEMENT DE LA MANCHE

PROJET DE TERRITOIRE

Contexte général

C.A. Le Cotentin, 132 communes, plus de 182 000 habitants.

Les Ports de Saint Vaast la Hougue et Barfleur (SPL Ports de la Manche)

Le Conseil Départemental de la Manche, 477 communes et près de 500 000 habitants
(chiffres 2015)

L'Office de Tourisme Communautaire : regroupement de 19 offices du tourisme existants en une structure unique incluant les pôles touristiques de la Côte des Isles, de la Hague, de Cherbourg en Cotentin, du Val de Saire et du Clos du Cotentin.

Latitude Manche: l'agence d'attractivité de la Manche a pour mission d'accroître la notoriété du département au-delà de ses frontières et de fédérer acteurs privés et publics.



Plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

PROJET DE TERRITOIRE

UN TERRAIN DE JEU RÊVÉ

Un patrimoine naturel riche et préservé

- 230 km de linéaire côtier : des plages et des sentiers, 5 plages et 6 ports de plaisance labellisés Pavillon Bleu
- Des itinéraires de randonnée pédestre, équestre, cycliste, dont le Sentier du littoral (GR223) et 2 sentiers de Grande Randonnée de Pays
- 24 communes dans le Parc Régional Naturel des Marais du Cotentin et du Bessin
- 17 sites naturels remarquables : cap de la Hague, Cap Lévi, dunes d'Hatainville, la forêt domaniale de Saint-Sauveur-le-Vicomte

Le tourisme est le 3ème secteur économique de l'agglomération du Cotentin avec 4 000 emplois et 650 entreprises liées à cette activité.

- 1 office du tourisme - 19 bureaux d'accueil
- 14 042 hébergements touristiques (45 323 dans la Manche)
- 90 381 lits touristiques dont plus de 70% de
- résidences secondaires (12 839 résidences secondaires)
- 57 hôtels
- 46 campings

Hébergements marchands :

- 1 360 chambres d'hôtels
- 5 126 emplacements de camping
- 853 locations saisonnières et gîtes
- 169 chambres d'hôtes

3 gares maritimes offrant des liaisons vers les Îles Anglo-Normandes, l'Angleterre et l'Irlande.

1 aéroport

5 communes touristiques : Les Pieux, Portbail, Cherbourg-en-Cotentin, Quettehou, Saint-Vaast-la-Hougue

1 station classée : Barneville-Carteret

17 clubs nautiques

30 escales de paquebots en 2017

124 sites touristiques recensés

Musées, châteaux, parcs, jardins, dont la Cité de la Mer

Patrimoine Mondial de l'UNESCO

Les Tours Vauban sur l'île Tatihou et à Saint-Vaast-la-Hougue



Plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

PROJET DE TERRITOIRE

ECONOMIE BLEUE

Le Nautisme

Le Conseil Départemental de la Manche a annoncé le lancement d'un « Plan nautisme » reposant sur un investissement de 30 millions d'€ sur 5 ans. Projets d'extension de ports de plaisance (Cherbourg, Carteret, Granville,...)

La croisière en 2017

- 65 716 croisiéristes / 26 892 membres d'équipage
- Près de 35 escales en 2017, 2ème port d'escale de la Mer de la Manche après Le Havre

La pêche

Cherbourg, 3ème port de pêche normand (en tonnage) : pêche côtière et hauturière

- Tonnage débarqué sur les ports de Val de Saire: 836 T
- Tonnage débarqué à Cherbourg-en-Cotentin: 4610 T

La Plaisance

Plus de 3 700 anneaux dont près de la moitié sur le port Chantereyne à Cherbourg- en-Cotentin (1er port d'escale pour la plaisance sur la façade Manche-Atlantique avec 1 600 places)
Val de Saire: 1030 anneaux soit 28% de la capacité d'accueil de la CAC

Les activités liées au nautisme

Une offre très riche et bien répartie sur le territoire: **Optimist , Catamaran, Planche à voile , Char à voile**, Dériveur , **Stand-up paddle, Kayak mer, Longe-côte**, Kayak rivière, Voile habitable, **école de voile, Voile traditionnelle**, Surf , Kite-surf



Plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

PROJET DE TERRITOIRE

ELEMENTS D'ATTRACTIVITE

Pays d'Art et d'histoire

Le Clos du Cotentin : Bricquebec, Valognes et Saint-Sauveur-Le-Vicomte



5 jardins remarquables

Parc Emmanuel Liais à Cherbourg, Jardins en hommage à Jacques Prévert, à Saint-Germain-des-Vaux, Parc du Château de Urville-Nacqueville, Jardin Botanique du Château de Vauville, Parc du Château des Ravalet à Tourlaville.

Des labels

Plus beau village de France : Barfleur

Station verte : Saint-Sauveur-Le-Vicomte

Famille Plus : le territoire de la Côte des Isles

Restauration

2 restaurants 1* Michelin et 3 bibs gourmands



Mobilité douce et itinérances

L'offre 'Vélo' en Manche

230 km de voies vertes dont près de 100 km en Cotentin (aménagements à destination des piétons, cyclistes, et cavaliers, à l'exclusion de la circulation motorisée)

100 km de routes partagées jalonnées qui lient un pôle de population ou touristique à une voie verte

920 km de boucles vélos locales jalonnées.



Itinéraire structurant pour le Cotentin

Carentan - Cherbourg par la Côte

Objectifs: Déploiement de 25 stations de location de vélos adaptés au contexte local : Vélos à assistance électrique, vélos tout chemin, vélos enfants, vélos sportifs, Vélos tout terrain... Suivi régulier et entretien de qualité des vélos constituant le parc de location mis à disposition des stations. Optimisation de la communication et animation du réseau des opérateurs intégrés au projet pour un bon fonctionnement des services : oneway, livraison de vélos, réponse aux demandes spécifiques... Réactivité et réponses adaptées en 24/48h aux partenaires gestionnaires de station.

Proposition Cotentin

Demande d'inscription du développement des voies vertes au Contrat de Territoire sur le linéaire Utah Beach / Cherbourg

Plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

PROJET DE TERRITOIRE



ELEMENTS D'ATTRACTIVITE

Sentier Littoral

Gestionnaire : État (DDTM)

État : environ 110 km de discontinuités sur le littoral du département, bornes et balisage aléatoires, conventions d'entretien obsolètes

Stratégie du Département

Contrat SPÔTT 2015-2018 : partenariat et développement des services

L'itinérance est inscrite dans la stratégie de croissance touristique 2016-2020 du Département de la Manche

Le renforcement de la « continuité du cheminement littoral » est inscrit dans les orientations stratégiques 2016-2021 du département de la Manche

GR 223

Gestionnaire : Comité Départemental de la Randonnée Pédestre (CDRP50)

Principe : itinéraire de grande randonnée intégrant des critères touristiques (label

GR®) : hébergement, restauration, patrimoine... Reprend environ 70% du « Sentier Littoral »

État : continu, très bien balisé, entretien effectué la plupart du temps par les Intercommunalités

Perspectives

Le CDRP souhaite toujours plus le rapprocher du littoral tout en respectant les critères du label GR®

Chemins de randonnée

GRP 8 Tour du Val de Saire de Bretteville à Vaast en passant par Barfleur – 53 kms

Chemin aux anglais: De Barfleur au Mont Saint Michel en passant par Saint Vaast et Quineville (sur autres chemins de randonnées)

Sentiers de découverte & Boucles locales

Environ 500 boucles pédestres au niveau du département

25 à 30 sentiers thématiques en Val de Saire

Stratégie

Axe prioritaire dans la stratégie touristique départementale

Volonté manifeste de plusieurs territoires pour une montée en gamme de leur offre locale

Plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

ATOUTS

ECONOMIE :

- Une activité économique stable et portée par l'industrie (dont certaines à forte valeur ajoutée)
- Une agriculture très présente qui façonne les paysages du Cotentin.
- 91% des vacanciers restent sur la destination Cotentin

ACCESSIBILITE / MOBILITE

Isolement atout car connexions avec Paris IDF / Angleterre

Mise en place de stations de location de vélos

ATTRACTIVITE:

Une région touristique à forte notoriété

Une vision de destination touristique et la mise en place d'un nouvel outil organisationnel

Des bassins touristiques proches à très forte renommée (Mont-Saint-Michel, plages du débarquement, îles anglo-normandes)

Un linéaire côtier qui permet la pratique de nombreuses activités nautiques avec des plages comme support

Des circuits d'itinérance qui maillent le territoire (GR223 / GRP8 / Chemin aux Anglais / Euro Véloroute Littorale / Boucles locales...)

TERRITOIRE:

Un taux de criminalité le plus bas de France (sécurité)

Une bonne qualité de l'air

Identité Cotentin qui porte sur l'imaginaire

PROJET:

Projet en co-construction

Partenariats (collectivités, professionnels, recherche...)

FAIBLESSES

CLIMAT :

Une zone moyennement ensoleillée et avec des précipitations relativement importantes

ACCESSIBILITE / MOBILITE:

Une certaine forme d'isolement bien que le désenclavement soit à l'oeuvre via différents moyens d'accessibilité, notamment routiers et ferroviaires.

Pas ou peu de moyens de déplacements doux ou départ des ports. Des connexions partielles et/ou fragmentés en termes de mobilité douce. Réseau internet parfois déficient.

HEBERGEMENTS:

Un manque d'hébergements haut-de-gamme de grande capacité et thématiques ou Insolites

ATTRACTIVITE:

Peu d'événements nautiques d'envergure

Valorisation insuffisante du patrimoine maritime en tant que thématique forte et identitaire, des sites naturels et des sites historiques remarquables

Méconnaissance de la beauté et de la diversité du littoral : assez confidentiel.

Peu de solutions de découverte de la destination par la mer (croisières, balades...)

Peu d'établissements de petite restauration en lien avec la production locale

Pas ou peu de produits touristiques structurés au départ des ports vers l'arrière pays.

Plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

OPPORTUNITES

ATTRACTIVITE :

Volonté de renforcer les équipements, d'améliorer l'accessibilité

La communauté d'Agglo du Cotentin a inscrit le nautisme comme un axe de développement prioritaire

Développement de la croisière comme une filière de différenciation (Cherbourg)

Territoire qui bénéficie de l'adéquation avec les nouvelles attentes des clientèles (authenticité, nature, expérience, coûts maîtrisés...)

Etude de faisabilité et d'intérêt pour la création d'un circuit de cabotage.

Stratégie de marketing territorial forte autour de la marque de territoire 'La Manche'

ACCESSIBILITE / MOBILITE:

Lancement d'un plan de déplacements à l'échelle de la CAC

Un plan Vélo à l'échelle du département de la Manche

Une étude de mobilité, des déplacements doux et de la signalisation engagée à Saint Vaast la Hougue

Etude pour le rétablissement de la continuité du cheminement littoral (GR223 et Chemin aux Anglais)

Création de boucles locales (Fermanville – 2018)

Développement de solutions de portage de bagages pour les usagers des itinéraires (pédestres et vélo)

MENACES

ATTRACTIVITE:

Ne pas s'appuyer sur le patrimoine maritime afin de se réapproprier ce volet de l'histoire du territoire : la côte des Vikings, les Nord'men, la notion de frontière avec l'Angleterre...

Ne pas satisfaire la demande existante par une offre souhaitée et maîtrisée qui pourrait permettre de soutenir les filières traditionnelles du territoire (agricoles et artisanales)

Manque de dialogue et d'échange multi-filières

Le renouvellement des clientèles du nautisme (pratique souvent réservée à une clientèle d'initiés et aisée.)

Déficit de communication sur les pratiques hors saison

Déficit de solutions de médiation touristique numérique de valorisation des points d'attractivité et des itinérances thématiques

MOBILITE / ACCESSIBILITE:

Manque de solutions de déplacements collectifs littoral / arrière pays

ECONOMIE:

Difficultés de pérennisation sur l'année des activités et des emplois liés au tourisme / nautisme / plaisance

ENVIRONNEMENT:

Conflits d'usage potentiels entre professionnels de la pêche, habitants et pratiques d'activités nautiques

LA GOUVERNANCE

Modèle de gouvernance en territoire

Le modèle Odyssea conditionne un organigramme en mode « gestion en équipe de projet », de planification des opérations de territoire, intégrées et partagés « public-privé », dans une logique de développement local pour et avec les acteurs locaux et dans un modèle innovant à triple hélice associant public - entreprises - recherche. L'inscription des projets se fera obligatoirement en cohérence avec les différentes stratégies des régions françaises, de l'État et l'Europe.

PARTENARIATS ET GOUVERNANCE DU PROJET



CRITÈRES DE RÉFÉRENCE DE LA CHARTE

LE LABEL DESTINATIONS BLEUES® D'EXCELLENCE ODYSSEA engage les acteurs locaux sur des critères de qualité, de mise en réseau patrimoniale et de marketing dans le concept de marque territoriale et de co-branding pour garantir une vraie attractivité des entreprises et des destinations bleues d'excellence et exemplaires. L'objectif est de séduire par la qualité et la diversité de leur offre touristique, conçue dans la particularité d'une ville port connectée à ses voies navigables, fière de son patrimoine maritime ou fluvial et dans le respect du développement durable.

La conduite du projet par le candidat au label se caractérise par une Approche Territoriale Intégrée, des Innovations ville - port - hauts pays :

- identification des priorités d'interventions organisées sur plusieurs thématiques complémentaires, pluri-partenariales, déclinées en plan d'actions pluriannuels, qui pourront solliciter différents fonds publics et apportant des réponses complémentaires aux objectifs du territoire dans un souci de conservation et gestion durable de la biodiversité et des ressources naturelles du territoire.
- L'intégration des projets dans **la nouvelle organisation territoriale de la République inscrite dans la loi NOTRe**. Avec la compétence « promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme » qui devient une compétence obligatoire des EPCI en lieu et place des communes membres au 1er janvier 2017.
- La définition du projet de territoire durable** et la prise en compte de la participation de la population et des acteurs du territoire ; l'organisation du pilotage (de la décision à la mise en œuvre) à travers une gouvernance identifiée ; la transversalité des approches ; l'évaluation partagée du projet ; une stratégie d'amélioration continue pour aménager, construire et produire de manière responsable.
- Un plan d'action pluriannuel** : une déclinaison d'opérations dont chaque avant-projet est abouti (au moins pour les 2 premières années de programmation), des maîtres d'ouvrage identifiés, des plans de financement estimatifs identifiant les cofinanceurs, un rétro planning de réalisation homogène sur l'ensemble de la période de programmation.
- Un réseau d'affaires (cluster des entreprises de la croissance bleue et verte)**
- Un objectif sociétal** : comment la ville retrouve le charme, son lien avec le port, la mer, le fleuve, le lac, les canaux et son arrière pays ? comment donner accès à tous aux voies bleues et vertes, aux activités, au port, à la culture maritime ou fluviale. Parce que la mer, les fleuves, les canaux, sont les biens communs, qu'ils sont le plus souvent méconnus, ODYSSEA valorise les activités qui les rendent accessibles au plus grand nombre : kayak de mer, cabotage, promenades en mer....
- L'inscription dans une Smart city et spécialisation de croissance bleue et verte.**
- Un réseau d'acteurs visant à faire travailler ensemble** des structures et professionnels qui partagent les mêmes objectifs et valeurs, sur une destination touristique pertinente.

UN OBJECTIF DE DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE, DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ

CRITÈRES DE RÉFÉRENCE DE LA CHARTE

NAUTISME – CROISIÈRE – PLAISANCE – PÊCHE - PATRIMOINES - BIODIVERSITÉ
ITINÉRAIRES, ROUTE BLEUE DU LITTORAL ET PAYSAGES MARITIMES – SAVOIR-FAIRE LOCAUX

ENGAGEMENTS : **QUALITÉ, ATTRACTIVITÉ ET CONNECTIVITÉ**



CONNECTIVITÉ ET MODÈLE DE MULTI-DESTINATIONS

une politique touristique ambitieuse pour attirer de nouveaux publics grâce à
un modèle de connectivité



CRITÈRES DE RÉFÉRENCE DE LA CHARTE

Le Label Destinations Bleues d'Excellence Odyssea repose sur un modèle de croissance bleue et verte, de tourisme d'excellence, intégré et innovant. Le candidat présentera ses actions sur chacun des modèles et principes ci-après :

Il s'appuie sur 7 grands principes

- ✓ L'innovation au service de la Croissance Bleue et Verte
- ✓ La mixité des usages
- ✓ L'ouverture et l'accessibilité au public
- ✓ La performance économique, l'attractivité des entreprises, la formation et l'emploi
- ✓ La qualité, l'accueil, l'authenticité
- ✓ L'excellence culturelle, environnementale et sociale, le respect et la valorisation des Savoir-faire et des identités locales.
- ✓ L'évaluation, le parcours client, l'observation et la mise en place d'indicateurs de résultat.

Le label Odyssea précise le projet de territoire dans la culture et l'identité locale. Il permet d'engager chaque territoire dans un réseau d'excellence et de rendre unique et complémentaire chaque destination.

Les 6 Modèles : Le candidat à la marque - label s'engage sur une mise en écotourisme basée sur de nouveaux moyens d'exploitation, de nouvelles formes de solidarité et d'éthique, des échanges de bonnes pratiques, la création de produits innovants et diversifiés.

Modèle économique

Implantation d'une économie touristique plus identitaire, localisée, sociale, éthique et solidaire

Modèle écologique

D'un tourisme industriel à un écotourisme Mer & Terre, dans une gestion éthique et durable des espaces naturels et de la biodiversité

Modèle culturel et patrimonial

Un tourisme de tradition, d'accueil, de valorisation et médiation des cultures et patrimoines locaux, dans une logique d'itinéraire culturel défendant les valeurs du Conseil de l'Europe et de l'UNESCO

Modèle temporel

D'un tourisme de masse concentré à un tourisme spécialisé et d'écotourisme, thématique et désaisonnalisé

Modèle spatial

Du concept de station littorale au concept de destination de territoire, dans une connexion et innovation d'écomobilité liant la Mer / le Port aux hauts-pays, les entreprises et communes littorales et rurales

Modèle de Gouvernance

Vers un organigramme, planification de projets intégrés et partagés public / privé / scientifiques, développement local avec les acteurs locaux

Attractivité - mise en (éco)tourisme bleu et vert de 5 thématiques d'escalas - d'itinérance « Routes Bleues » - d'innovations - d'organisation de la connectivité Mer - Terre

ITINÉRAIRES, BALADES

ESCALE CULTURE ET PATRIMOINE

ESCALE SAVEURS ET GASTRONOMIE

ESCALE NATURE ET DÉCOUVERTE

ESCALE NAUTIQUE

ESCALE SPORT, LOISIRS & BIEN ÊTRE

UN OBJECTIF DE DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE, DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ.

LES 6 GRANDS AXES STRATÉGIQUES

Axe 1. Un plan d'investissements productifs, innovants et éco-compatibles de croissance bleue de la Ville-Port du futur. Il concerne l'aménagement exemplaire des destinations portuaires, en lien avec leur EPCI et leur collectivité régionale, pour assurer plus d'attractivité, d'art de vivre et une meilleure relation urbaine et sociale affirmée avec la mer, son fleuve (architecture, hébergements flottants, voies bleues front de mer...). L'investissement dans la Smart Spécialisation Bleue avec des équipements innovants, bénéficiant de normes techniques communes, favorisant la croissance bleue et la démocratisant des pratiques nautiques : « **Grand Stade Bleu Nautique®** », « **Ports de Plaisance du futur** », la mise en tourisme d'itinérance « **Routes Bleues®** », d'accueil et de services « **Comptoirs Culturels Maritimes®** » (OT - capitainerie) et de médiation culturelle et touristique « **Maisons du Tourisme Bleu®** », l'investissement dans l'écomobilité « **Écogare Odyssea Protect®** ».

Axe 2. Un plan de mise en économie du Tourisme bleu durable, aux normes et en phase avec les attentes des consommateurs, organisée et structurée autour des Villes-ports, des Routes Bleues navigables et des Voies Bleues de balades au fil de l'eau. La promotion des sites et des entreprises de l'économie bleue (pêche, aquaculture, entreprises nautiques, plaisance...), la coopération territoriale des Villes-ports à échelle locale, régionale et européenne. La mise en œuvre d'un nouveau modèle d'économie bleue plus solidaire, avec des acteurs associés aux formations et à l'insertion économique des personnes en recherche d'emploi. Un modèle plus éthique, plus respectueux de l'environnement, un principe de valorisation et de promotion des savoir-faire (productions locales) et des cultures locales.

Axe 3. Un plan Qualité et d'accueil innovant des Destinations Bleues Exemplaires. Avec des innovations : Comptoirs Culturels Maritimes® (OT - capitainerie), la Maison du Tourisme Bleu® visant à développer l'excellence de l'accueil dans les villes portuaires, mieux partager l'histoire maritime et locale, la mise en valeur du patrimoine naturel et culturel, favoriser une montée en gamme des offres et des services et une meilleure accessibilité aux produits et démocratisation des activités. Une marque collective de reconnaissance pour une gestion durable et de haute qualité des destinations bleues innovantes, qui intègre la définition de normes techniques communes, la labellisation conjointe des destinations, des infrastructures, des offres et des services.

Axe 4. Un plan de Développement Durable et de la résilience écologique grâce au concept innovant Odyssea Protect®. Des moyens intégrant l'organisation de la mobilité douce autour de la symbiose ville-port / territoire rural, la sensibilisation à la protection de l'environnement et de la biodiversité du voyageur Avant - Pendant et Après son voyage avec le Passeport Vert® (ONU). Un écosystème innovant de plateforme multimodale de mobilité douce l'ÉCOGARE /Ecomouv pour une meilleure connectivité des sites, des entreprises et de nouvelles expériences en termes d'écomobilité touristique zéro émission de CO₂.

Axe 5. Un plan innovant d'itinérances européennes Mer et Terre « Cultural Via Odyssea » et ses routes bleues patrimoniales et nautiques locales, de numérisation et de médiation numérique des patrimoines. Un plan de valorisation des valeurs universelles de l'histoire et des patrimoines maritimes, naturels, gastronomiques, subaquatiques, autour des villes-ports « Patrimoine Phare de leur bassin de navigation », dans le respect du label et l'éthique de l'UNESCO, des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe.

Axe 6. Un plan marketing des 4 saisons et de marque territoriale de Destination Bleue (co-branding). Une stratégie d'offre touristique de multi-destinations bleues, structurées autour d'un cluster des entreprises de l'économie bleue. La création d'une stratégie globale digitale, portail web, d'édition, d'application numérique, de promotion commune avec la participation conjointe à des foires commerciales et à des salons internationaux, la formalisation de partenariats avec les médias et les réseaux sociaux, dans l'objectif de promouvoir les sites et les entreprises de l'économie bleue, les acteurs associatifs et professionnels des Routes Bleues Nautiques et des Voies Bleues de balades au fil de l'eau.

LES 6 PÔLES TERRITORIAUX DU LABEL ODYSSEA

LES INNOVATIONS SUPPORTS D'ATTRACTIVITÉ DES NOUVELLES DESTINATIONS BLEUES
Pour ancrer les Villes-ports dans le 21e siècle de la croissance Bleue en conciliant dynamisme de l'économie, préservation de l'environnement et valorisation des Patrimoines

PÔLE TERRITORIAL 1

AMÉNAGEMENTS EXEMPLAIRES

VILLE-PORT DU FUTUR - PORT EXEMPLAIRE

Valorisation des sites, hébergements... privilégiant la proximité avec l'eau, entreprises et Patrimoines, innovations urbaines favorisant la Croissance Bleue et Verte.

PÔLE TERRITORIAL 2

DESTINATION BLEUE TOUTES LES ACTIVITÉS AUTOUR DE L'EAU GRAND STADE BLEU NAUTIQUE®

Mise en Tourisme Bleu exemplaire de la Destination

PÔLE TERRITORIAL 3

ACCUEIL – QUALITÉ – MÉDIATION PATRIMOINES - PRODUITS

MAISON DU TOURISME BLEU®

CAPITAINERIE - OFFICE DE TOURISME
COMPTOIR CULTUREL MARITIME ET D'INFORMATION

PÔLE TERRITORIAL 4

ÉCO-MOBILITÉ - ITINÉRANCE - ÉCOTOURISME

ODYSSEA PROTECT®

Mobilité douce, Résilience écologique - Gestion durable de la biodiversité
Passeport Vert des éco-gestes.

PÔLE TERRITORIAL 5

MISE EN TOURISME BLEU DURABLE DES ITINÉRAIRES

CULTURAL VIA ODYSSEA® - ROUTES BLEUES®

3 000 ANS D'HÉRITAGE MARITIME & DE NAVIGATION DU SAVOIR DE PORT EN PORT ET VERS LES COMMUNES RURALES - CONSEIL DE L'EUROPE & UNESCO.

PÔLE TERRITORIAL 6

MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

PORTAIL WEB - INNOVATIONS DIGITALES – PRODUITS – PROMOTION
DISTRIBUTION – CO-BRANDING

OBTENIR LE LABEL LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

DESTINATION BLEUE D'EXCELLENCE MER & TERRE COTENTIN

La contribution de la vision stratégique à la Région Normandie, l'Etat et l'Europe et notre contribution à l'Economie Bleue et la Croissance Bleue pour un projet de territoire d'avenir pilote

En cohérence

- Stratégie nationale pour la Mer et le Littoral - transition écologique - Économie bleue et Croissance Bleue -
- Tourisme Maritime et Côtier
- Projets autour des Objectifs de Développement Durable
- Innovations Bleues et médiations des patrimoines

Ensemble nous proposons une vision stratégique à la Région Normandie, l'Etat et l'Europe et notre contribution à l'Economie Bleue et la Croissance Bleue pour un projet de territoire d'avenir pilote : Innovations, Pôles et items de la Croissance Bleue et Verte



LA VILLE-PORT DU FUTUR

PÔLE 1. AMÉNAGEMENTS EXEMPLAIRES

Plan d'investissements productifs, innovants et éco-compatibles de Croissance bleue et Verte

Du port de plaisance aux Destinations Bleues d'Excellence



La destination candidate travaillera sur les spécificités de son territoire, son identité, ce qui la caractérise :

- les thématiques culturelles d'itinérance ;
- les clientèles cibles susceptibles d'être sensibles à cette identité et spécificité ;
- les offres disponibles et celles manquantes ;
- les facteurs d'attraction du territoire (les paysages, les savoir-faire, les espaces naturels, les 5 escales thématiques Odyssea) ;
- les activités de pleine nature et plus généralement l'offre qualifiée écotouristique du modèle Odyssea ;
- la structuration et l'organisation des acteurs avec l'articulation des missions entre les différents acteurs touristiques, la mutualisation des moyens, des outils numériques communs, la mise en réseau et ses outils... ;
- les fiches de synthèse par projet pilote ;
- la stratégie d'acteurs qui devra permettre un croisement avec les potentiels du territoire.

LA VILLE-PORT DU FUTUR

PÔLE 1. AMÉNAGEMENTS EXEMPLAIRES

UN OBJECTIF de DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE, DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ

Rendre unique sa destination

Grâce à une thématique identitaire définie selon un **inventaire culturel** des **patrimoines matériels et immatériels**, des **paysages culturels**, des avantages concurrentiels de la destination. La définition d'un marketing attractif, des offres, produits, capitalisant l'apport des innovations, du digital et de la valorisation de son patrimoine maritime.

Faire de sa destination une Escale « Patrimoine Phare »

Une étape incontournable du grand itinéraire culturel maritime européen, fluvial, lacustre, dans son bassin de navigation : Méditerranée, Caraïbes, Atlantique, Manche Mer du Nord, Canal du Midi, Seine, Loire, Rhône, Rhin, Lac du Bourget...

Inscrire sa destination dans le Pôle d'Excellence du Tourisme Bleu® et de la Croissance Bleue

Plaisance, croisière, activités nautiques, activités plage, patrimoine maritime, savoir-faire, gastronomie, événements, balades nautiques, voile, pescatourisme...

**Garantir l'attractivité des escales aux 4 saisons**

Déployer par saison avec les hébergeurs et acteurs engagés, des offres, produits et services d'excellence

Qualifier sa destination comme un territoire durable, éthique, d'excellence et plus solidaire

Développer les bonnes pratiques du « Pôle d'excellence d'Écotourisme Bleu », la mise en tourisme durable des routes bleues navigables et vertes : meilleure connectivité vers les sites et entreprises du littoral et vers les hauts pays, nouvelle expérience de mobilité douce plus ludique...

Mettre en synergie sa destination et ses prestataires touristiques

Structurer, promouvoir et distribuer des offres, produits, services, des filières d'excellence selon les 5 thématiques d'escales Odyssea : Culture et Patrimoine, Saveurs et Gastronomie, Nature et découverte, sports, loisirs et bien-être

PÔLE 1. AMÉNAGEMENTS EXEMPLAIRES

*Les nouveaux Pôles d'Excellence territoriaux intégrés**Mer – voies fluviales - **Ports** - Régions - Villes portuaires - Territoires ruraux***PORTS DE PLAISANCE EXEMPLAIRES ET ACTEURS DE LA CROISSANCE BLEUE**

Depuis la loi de 2008 portant réforme portuaire, les ports ont changé de métier. Leur rôle n'est plus d'assurer le « parking des navires », mais d'être des acteurs et moteurs du développement durable, d'aménagement du territoire, de la croissance bleue et de l'emploi en intégrant désormais de nouvelles prestations de services aux plaisanciers, équipages, usagers et clients, et qu'ils soient au cœur du modèle de la Croissance Bleue by Odyssea.

Serge Pallarès président de la Fédération Française des Ports de Plaisance a souhaité lancer un programme d'avenir et de développement territorial des cités portuaires en connectivité avec la mer et son terroir : ODYSSEA Croissance Bleue. L'objectif des partenaires de la FFPP est d'ouvrir un vrai espace de coopération, d'intérêt économique, culturel, sociétal, identitaire, écologique, d'échange des bonnes pratiques.



PÔLE 1. AMÉNAGEMENTS EXEMPLAIRES

LE PORT EXEMPLAIRE DU XXI^{ème} SIÈCLE DE LA FFPP

Il s'inscrit dans un processus de qualité, de respect de l'environnement et des politiques de développement durable en relation avec l'évolution de leur participation au développement touristique des régions littorales et fluviales et leur fonctionnement.



Guide de l'accessibilité
dans les ports de plaisance

Avril 2016



Engagement dans la
charte Qualité des Ports
de Plaisance

LE PORT EXEMPLAIRE
DU XXI^{ème} SIÈCLE



La Charte d'engagement et
d'objectifs pour le développement
durable des ports de plaisance

Pavillon bleu Ports de
Plaisance

Ports Propres
en France



- Gestion durable des dragages
- Gestion intégrée des zones de mouillage
- Management environnemental de la qualité des eaux

P L'ECO-GARE
ODYSSEA PROTECT®



ODYSSEA PROTECT®

ODYSSEA PROTECT®, croissance bleue
et verte, contribution préservation
biodiversité - protection de
l'environnement - climat

PÔLE 1

EXEMPLES DE PROJETS D'AMENAGEMENTS EXEMPLAIRES SAINT VAAST LA HOUGUE

- Aménagement du quai et des espaces d'embarquement pour l'île de Tatihou
- Nouveau bateau navette
- Aménagement paysager et d'interprétation du baladoir en front de mer
- Actions de préservation et de gestion de la bande côtière



« RÉINVENTER UN NOUVEL ART DE VIVRE AU FIL DE L'EAU »

OBTENIR LE LABEL
LA VILLE-PORT DU FUTUR

PÔLE 1

AMENAGEMENTS EXEMPLAIRES

PROJET D'AMÉNAGEMENT DE PISTE CYCLABLE ROUTE DE LA HOUGUE

SAINT VAAST LA HOUGUE

2019 – 2020

ROUTE BLEUE THÉMATIQUE ET PATRIMONIALE

COÛT D'OBJECTIF 200 000 €

Aménagement d'une piste cyclable sur la route de Réville (sur une longueur totale de 1350 mètres) où la circulation est très importante en temps estival . Cette piste avec vue sur la mer et l'île de Tatihou, permettra de rejoindre le centre ville en partant du Pont de Saire. Une piste en sens inverse serait également prévue.

Il s'agit ainsi de proposer un itinéraire cyclable sécurisé, dans un site fréquenté par les voitures, qui le rend actuellement dangereuse pour les cyclistes. Cet équipement permettra de réduire le trafic routier en augmentant les déplacements piétons et cyclistes.(écomobilité).



Structure porteuse

Thématique d'action porteuse

Types d'actions

Dimension répliquable

Territoire concerné

Partenaires

Commune Saint-Vaast-la-Hougue

Création de routes thématiques culturelles à terre

Étude, Travaux / investissement

Structurer et valoriser la véloroute littorale

Route de Réville - RD1

Val de Saire

Conseil régional de Normandie

Conseil départemental de la Manche

CA du Cotentin

OBTENIR LE LABEL
LA VILLE-PORT DU FUTUR

PÔLE 1

AMENAGEMENTS EXEMPLAIRES

**PROJET DE CRÉATION D'UN "HÉBERGEMENT CONFORT"
ET D'UN SERVICE DE RESTAURATION POUR LES TOURISTES.**

ILE DE TATIHOU - SAINT VAAST LA HOUGUE

2019 – 2020/2021

COÛT D'OBJECTIF 3 600 000 €

**PROJET CULTUREL ET TOURISTIQUE POUR UN NOUVEAU MODÈLE
ÉCONOMIQUE DE L'ILE TATIHOU**

Projet global d'environ 3,6 millions d'euros qui fera passer la capacité d'hébergement sur l'île de 70 à 100 lits. Un réaménagement hôtelier dans un milieu protégé.

- Requalification et extension de l'hébergement, de l'accueil et de la restauration.
- Gestion de l'hébergement et de la restauration donné en gestion à un opérateur privé
- Gestion de la desserte maritime par la SPL des ports



OBTENIR LE LABEL
LA VILLE-PORT DU FUTUR

PÔLE 1

AMENAGEMENTS EXEMPLAIRES

**PROJET DE MUSÉOGRAPHIE AU MUSÉE MARITIME DE L'ÎLE TATIHOU
SAINT VAAST LA HOUGUE**

2019 – 2020

COÛT D'OBJECTIF 800 000 €



**REQUALIFICATION DES ESPACES MUSÉOGRAPHIQUES
À TRAVERS LA PRÉSENTATION DES RICHESSES ENVIRONNEMENTALES,
PATRIMONIALES ET HISTORIQUES DU COTENTIN AU SEIN DU MUSÉE
MARITIME DE L'ÎLE TATIHOU.**

Sur le site, une équipe de 22 agents met en oeuvre les missions scientifiques, culturelles et patrimoniales en recevant plus de 70 000 visiteurs, dont près de 10 000 scolaires. Le chiffre d'affaires de 900 000 € est constitué des recettes d'hébergement (375000 €), des droits d'entrée (passage bateau et musée pour 453 000 €), de la boutique (70 000 €).



Structure porteuse	Collectivité
Thématique d'action porteuse	Préservation et valorisation du patrimoine culturel / gastronomique
Types d'actions	Étude, Travaux / investissement, Ressources documentaires / multimédia, Inventaire
Ambition de l'action	Enrichir les contenus muséographiques et mettre à jour les équipements en y intégrant des contenus numériques.
Partenaires	Maîtrise d'ouvrage par le Département de la Manche ; Communauté d'agglomération du Cotentin ; DRAC (musée de France et collections archéologiques).
Objectifs	Mettre à jour les équipements muséographiques en y intégrant des contenus numériques. Développer certaines thématiques : préhistoire (site néandertalien du Rozel), histoire de l'île, fortifications allemandes, travaux scientifiques réalisés au sein du laboratoire maritime de l'île. Faciliter les espaces de circulations entre les différents espaces.

OBTENIR LE LABEL
LA VILLE-PORT DU FUTUR

PÔLE 1

AMENAGEMENTS EXEMPLAIRES

**PROJET DE MUSÉOGRAPHIE AU MUSÉE MARITIME DE L'ÎLE TATIHOU
SAINT VAAST LA HOUGUE**

MUSEE MARITIME TATIHOU – 65 000 VISITEURS

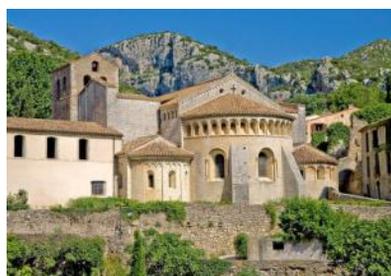


**CHIFFRES CLES FREQUENTATION, CLIENTELES ET CONSOMMATION
SUR TROIS SITES LABELLISES DANS L'HERAULT**

La fréquentation de ces 3 pôles d'attraction touristiques majeurs est estimée à plus d'un million de touristes par an : 650 000 à 700 000 sur le Grand Site de France St-Guilhem-le-Désert/Gorges de l'Hérault (classé au patrimoine mondial de l'Humanité par l'Unesco au titre des chemins de Saint- Jacques-de-Compostelle), 260 000 sur la Vallée du Salagou et le cirque de Mourèze, 120 000 à 130 000 visiteurs sur le cirque de Navacelles (classé au patrimoine mondial de l'Humanité par l'Unesco).

Une clientèle touristique en majorité française, à plus de 80 % (jusqu'à 94% suivant les sites), qui se déplace et visite en famille (plus de 3 personnes par groupe en moyenne).

Beaucoup de ces visiteurs, bien que la visite du site soit parfois brève, font des achats sur place : 62% sur St-Guilhem-le-Désert/Gorges de l'Hérault (50% prennent leur repas sur place), 85% sur la Vallée du Salagou et le cirque de Mourèze (47.5% fréquentent les restaurants). Au cirque de Navacelles, 18.5% prennent leur repas sur site et 5.4% achètent des produits du terroir



PÔLE 1

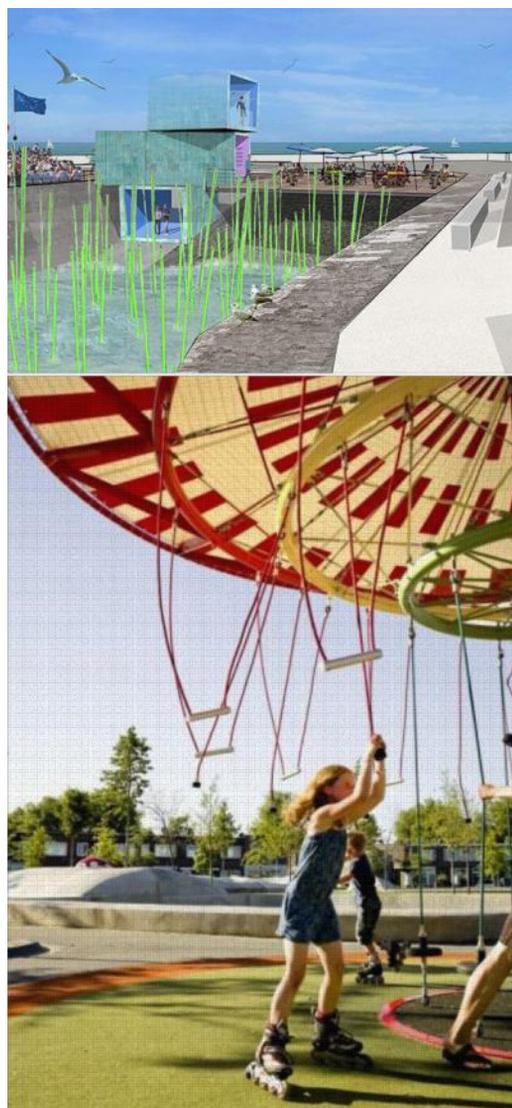
AMENAGEMENTS EXEMPLAIRES

VILLE-PORT DU FUTUR - PORT DE PLAISANCE EXEMPLAIRE



PRECONNISATIONS

- Prise en compte des contraintes environnementales et de gestion du littoral pour une mise en tourisme et une croissance bleue durable
- Respect des normes HQE pour les travaux des bâtis
- Engagement dans le modèle ODYSSEA PROTECT®, de croissance bleue et verte, contribution préservation biodiversité - protection de l'environnement – climat
- Valorisation des paysages, de la culture, des savoir-faire et de l'histoire maritime (baladoir et île Tātihou) par un concept d'exposition / d'interprétation.
- Médiation numérique des espaces muséographiques et d'interprétation prenant appui sur le récit de l'histoire maritime des lieux (Cf itinéraire Cultural Via Odyssea) et des richesses environnementales et patrimoniales.
- Mise en place d'un espace restauration basé sur les produits et recettes locales en concertation et partenariat avec les professionnels, exploitants, producteurs locaux
- Gouvernance partagée avec DLAL
- Structuration et organisation des acteurs en coproduction, mutualisation des moyens, mise en réseau des outils...



OBTENIR LE LABEL
LA VILLE-PORT DU FUTUR

PÔLE 1

AMENAGEMENTS EXEMPLAIRES – VILLE PORT DU FUTUR



OBJECTIFS DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

- Une **augmentation raisonnable et maîtrisée des flux de fréquentation** sur l'île de Tatihou de l'ordre de **20 % permettant d'atteindre les 75 000 visiteurs à l'horizon 2022.**
- **Le développement du CA** sur les ventes des offres touristiques et produits vendus dans les boutiques du réseau
- Un **étalement des visites aux 4 saisons** prenant appui sur:
 - Les excursionnistes (725 000 dont 70% sur la zone littorale)
 - Les croisiéristes (35 bateaux en escale à Cherbourg et 65 000 passagers en excursion sur le territoire)
 - Les clientèles d'avant saison (printemps 57% d'intention)
- **L'augmentation de la durée et du nombre d'escales des plaisanciers de 30% sur 3 ans** (20% de taux d'occupation actuel pour une durée moyenne de moins de 4 jours et moins d'une journée dans 20% des cas).
- **L'augmentation du panier moyen des dépenses** des touristes / excursionnistes / plaisanciers.



PÔLE 2 - INNOVATION « GRAND STADE BLEU NAUTIQUE® »

LES 7 PILIERS STRUCTURANTS DE LA MISE EN TOURISME BLEU DURABLE DE LA DESTINATION BLEUE MER & TERRE

« UN OBJECTIF DE NOUVELLES DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE, ATTRACTIVES, SPÉCIALISÉES, DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ »



« Inventer le tourisme des 4 saisons de la croissance bleue : les Destinations Bleues, une démocratisation de l'accès aux activités aquatiques, nautiques, du patrimoine maritime, des savoir-faire locaux...

« Objectif : l'attractivité, passer de 7 % de pratiquants du nautisme à 100 % de pratiquants des activités nautiques, des loisirs, des innovations aquatiques du « Tourisme Bleu® » intégrés dans l'offre « Grand Stade Bleu Nautique® ».

OBTENIR LE LABEL LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

*Mettre en Tourisme Bleu
la Ville-Port*

LE STADE BLEU NAUTIQUE®

FAVORISER L'INTÉGRATION, LA
DÉMOCRATISATION DE PLUS DE 30
ACTIVITÉS NAUTIQUES ET LES SPORTS
AQUATIQUES DU FUTUR

À l'exemple des stations de Montagne, l'innovation consiste à la mise en tourisme exemplaire des activités nautiques, plaisance, croisière et de Tourisme Bleu au fil de l'eau.



PESCATOURISME

ESCALE SAVEURS : OENOTOURISME AGRI-TOURISME GASTRONOMIE

ESCALE NATURE

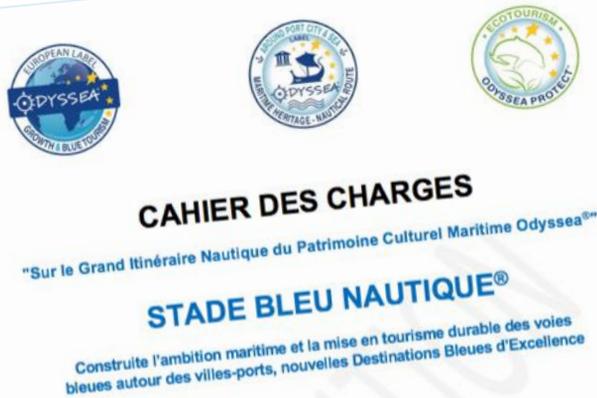
ESCALE CULTURE ET PATRIMOINE

ITINÉRAIRE MER ET TERRE

OBTENIR LE LABEL LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 2 - INNOVATION GRAND STADE BLEU NAUTIQUE®

Cahiers des charges pour engager les entreprises et partenaires sur des bonnes pratiques et engagements communs

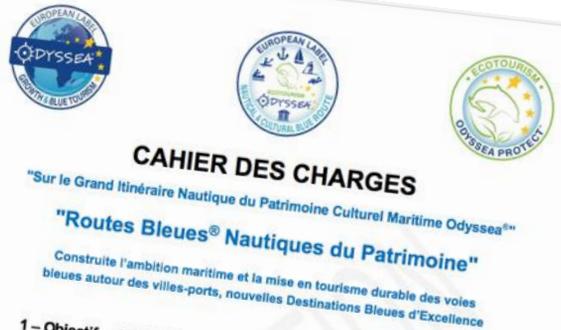


I - DEFINITIONS ET OBJECTIFS

L'itinéraire nautique du patrimoine culturel maritime® « Les chemins de l'histoire en mer » est un tracé nautique® qui permet de relier toutes les villes-ports d'un bassin de navigation sur une thématique de découverte commune : la grande histoire du patrimoine maritime de la région pour une mise en écotourisme des voies bleues navigables. (Tracé nautique® : plaisance, croisière, grande plaisance, 30 activités nautiques)

Il propose autant d'escales et de points d'intérêts que nécessaire au fil de l'eau, permettant la découverte des sites littoraux, lacustres ou fluviaux, pour raconter les paysages vus de la mer et les paysages vus sous la mer, les routes et le commerce maritimes, l'archéologie sous marine, les fonds marins, la biodiversité, les épaves, les îles...

La structuration de l'itinéraire nautique du patrimoine culturel maritime® a pour objectif la mise en écotourisme innovante et intégrée des routes bleues et vertes historiques : culture & patrimoine, savoir-faire, nature, nautique, saveurs, de la zone de navigation. C'est une opération de haute qualité dans les référentiels Odyssée des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe et de la charte de l'Unesco. L'objectif de cette opération stratégique est de mettre en tourisme durable un patrimoine naturel et culturel très riche, parfois menacé alors même qu'il offre un potentiel très important pour le développement de la région. Ce potentiel est d'ailleurs très fortement lié au tourisme, levier essentiel de l'économie et de l'emploi (direct et indirect) dans les territoires. L'itinéraire sera le véhicule de la protection et de la valorisation du patrimoine naturel et culturel à des fins de renforcement de l'attractivité touristique nautique et des escales. Il s'agira de travailler à l'émergence de thématiques culturelles d'itinérance qui intègrent les entreprises, les sites, les



1 - Objectifs et Définitions

- Les activités et loisirs nautiques, la plaisance, la croisière, la pêche touristique constituent des éléments d'attractivité importants de nos régions et territoires. Les français sont attachés à la mer et aux voies fluviales : tourisme littoral, villégiature, plaisance, croisières, grandes compétitions nautiques, rassemblements de navires anciens...suscitent un réel engouement ; ceci ne suffit pas toutefois à mobiliser leur intérêt profond sur les enjeux économiques et sur la fragilité du patrimoine naturel.
- Malgré la période de crise, l'industrie nautique de plaisance affiche une santé florissante en ayant triplé en huit ans une production exportée pour plus de 60%, essentiellement vers l'Europe.

Le tourisme littoral représente près de la moitié de cette économie maritime tant en production qu'en nombre d'emplois et offre des opportunités de croissance exceptionnelles.

Il existe un fort potentiel de développement auprès d'une clientèle locale, française et internationale sensible à cet univers maritime, fluvial, lacustre, moins pratiquante que les activités nautiques certes, mais en recherche de prestations accessibles, lui permettant de nouvelles expériences tout en s'initiant à cet univers en toute sécurité. C'est ce potentiel, de la rencontre, qu'il s'agit de cibler et développer au fil des saisons, par une meilleure qualification et structuration de l'offre dédiée à la thématique nautique. Cela permettra également de contribuer à l'amélioration de la lisibilité et de la visibilité de l'offre et à la notoriété de la destination de la ville-port qui la met en œuvre.

Développement et structuration de la filière (Cluster du Tourisme Bleu) et de l'offre en cohérence avec la charte « Stade Bleu Nautique »

UN OBJECTIF DE DESTINATION BLEUE D'EXCELLENCE, DURABLE ET DE HAUTE QUALITÉ



PÔLE 2 - INNOVATION GRAND STADE BLEU NAUTIQUE®

Définition du Stade Bleu Nautique® des Villes-Ports, un pôle territorial innovant du Tourisme et de la Croissance Bleue du label européen Odyssea®

Le Stade Bleu Nautique® a pour objectif de caractériser, à l'exemple des stations Montagne, une Destination Bleue identifiant les entreprises, les lieux, les pratiques, les routes bleues de navigation, en vue de faciliter la découverte du nautisme et l'identité maritime de la station.

Conquérir et captiver une nouvelle clientèle du tourisme nautique

- En révélant et mettant l'actualité sur un nouveau pôle thématique dans les destinations : le Tourisme Bleu nautique
- En facilitant l'accès aux primo-pratiquants
- En développant des nouvelles pédagogies adaptées aux néophytes, etc.

Valoriser le lien Terre/Mer, culture

- Conforter l'attractivité du territoire, ses patrimoines, en lien avec le tourisme nautique.
- Amener les pratiquants du nautisme vers une découverte touristique du territoire, en facilitant l'accès à l'information avant, pendant, et après la pratique (notion d'instantanéité) ...
- Donner et susciter l'envie de consommer le territoire en pratiquant le nautisme et activités associées

Enrichir l'expérience nautique

- Inciter à renouveler l'expérience par la mise en lumière d'une nouveauté : le stade Bleu nautique et les **innovation des loisirs aquatiques du futur**.
- Enrichissement de l'expérience client (micro réseaux sociaux pour jouer la carte «affinitaire», partage des expériences, renforcement de l'expérience par le souvenir...)
- Notion de sans-couture et de fluidification du parcours client (lisibilité et mise en réseaux des offres, offres packagées, signalétique, mobilités et gestion des flux de personne, nouveaux services, accueil de la clientèle...)
- Développement d'outils d'assistance à la pratique du tourisme nautique (flotte collective, cartographie interactive, évolution de la météo, affluence, services disponibles en fonction de la zone géographique ou par typologie de touriste, routes bleues patrimoniale de navigation, ...), etc.

Faciliter le déploiement de solutions en lien ou adaptables au tourisme nautique

- Gestion environnementale du tourisme nautique (tourisme durable, tourisme équitable et solidaire)
- Création de nouveaux contenus et nouveaux produits (expérience immersive, nouveaux moyens techniques et/ou technologiques, nouveaux concepts de pratique)
- **Gestion de la DATA** (analyse, mutualisation des données avec d'autres plateformes...).
- Outil d'organisation des entreprises ou inter-entreprises : mutualisation et valorisation des compétences RH, etc.

PÔLE 2

INNOVATION GRAND STADE BLEU NAUTIQUE

PRECONNISATIONS POUR LA MISE EN ŒUVRE DU GRAND STADE BLEU NAUTIQUE DU COTENTIN

A PARTIR DU PLAN NAUTIQUE DU DÉPARTEMENT DE LA MANCHE,
DE L'INTÉGRATION DES DÉMARCHES « QUALITÉ TOURISME » ET « BALADES ET
RANDOS NAUTIQUES » INSCRITES DANS LE SPÔTT LITTORAL MANCHOIS

Identifier et/ou concevoir **des offres nautiques adaptées aux typologies de clientèles** avec les prestataires engagés (durée, accessibilité, services, tarifs, types clientèles, saisonnalité, point de départ, retour, médias disponibles...).

Constituer **un cluster des professionnels du nautisme et de la plaisance** à l'échelle des villes ports engagées et désigner un référent 'Grand Stade Bleu Nautique'.

Identifier **les plages et leurs spécificités** par typologies de clientèles / saison (météo) / pratique d'activités (longe côte, balade, jeux de sable...) / animations sportives ou festives / services proposés (exemple conciergerie, consigne, bar de plage, restaurant de plage, toilettes...) / paysages / fonds marins / ... *Intégrer les recommandations environnementales*

Préciser et **connecter les parcours possibles depuis les plages**, les typologies de parcours la durée de marche, les services à proximité...(exemple sentier aux Anglais, sentier du littoral...), les recommandations environnementales

Après identification des pôles saveurs et gastronomie de la mer, les recettes locales liées aux produits de la pêche, **associer les professionnels de la restauration et de la pêche, les commerçants liés à la vente de produits de la mer aux événements** nautiques ou autres.

Proposer un **accueil original et des offres spécifiques aux excursionnistes en escale** des compagnies croisiéristes (adaptés à la saisonnalité, la durée de l'escale, le nombre de participants...)

Développer **des solutions de médiation numérique de valorisation du patrimoine et de l'histoire maritime** (interviews / vidéo / RV, visites virtuelles...)

Concevoir **une offre touristique autour de votre patrimoine maritime** (balades, ateliers, dégustation, hébergements, événementiels, marchés...). Commercialisation des offres via les OT de la destination ou agence réceptive. Promotion via les réseaux des partenaires (ADT / CRT...)

Réaliser **les outils du Grand stade bleu nautique** à l'image des plans de station de montagne et recensant tous les pôles du tourisme bleu: plan, signalétique, panneaux, Pass Bleu...



PÔLE 2

INNOVATION GRAND STADE BLEU NAUTIQUE PRODUITS D'ITINERANCE CULTURELLE ET TOURISTIQUE EN MER EN COTENTIN

PROJET D'EXPÉRIMENTATION DE CROISIÈRES BLEUES ODYSSEA DANS LES PORTS DE LA HAGUE AVEC LE BATEAU L'ARCHIMÈDE

- Projet de mise en place d'itinérance culturelle en mer (Aller / retour & One way)
- Lectures de paysages en mer
- Dégustations produits du Cotentin (fruits de mer, cidre...); partenariat avec les producteurs pour présence à bord et partage des connaissances
- Médiation touristique numérique (paysages, histoire, culture, patrimoines, savoir-faire, pêche...)
- Partenariat avec université pour réalisation des récits en mer et du storytelling (biodiversité, innovations, fonds marins,...)



PÔLE 2

INNOVATION GRAND STADE BLEU NAUTIQUE FREQUENTATION ET CLIENTELES COTENTIN

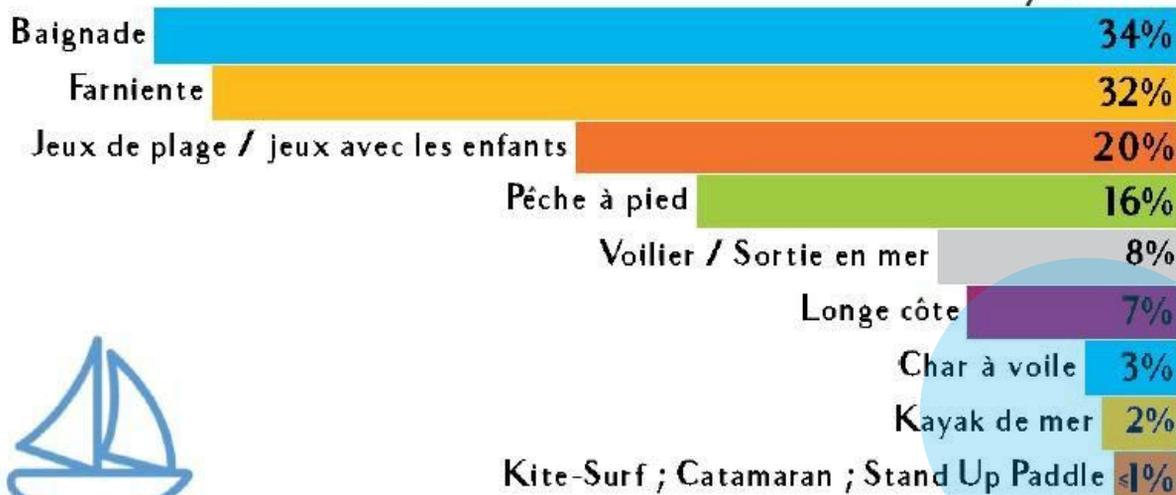


Nautisme

26 structures nautiques dont 17 clubs (1 labellisé Tourisme & handicap).
18 ports : 5 avec bassins à flot ; 13 d'échouage ; 9 mouillages.
4 756 places de plaisance.



Les activités liées à **la mer** et à **la plage** que les visiteurs du Cotentin pratiquent lors de leurs vacances :



44%

des visiteurs n'ont fait aucune activité « mer » pendant leur venue. Ce taux atteint 70% en arrière saison.

60%

des visiteurs de **Cherbourg** n'ont fait aucune activité « mer » pendant leur venue.



PÔLE 2

INNOVATION GRAND STADE BLEU NAUTIQUE

OBJECTIFS DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

CAPITALISER LES 44% DE VACANCIERS QUI NE PRATIQUENT AUCUNE ACTIVITÉ MER (Cf. Etude clientèles Cotentin 2017) pendant leur séjour par l'accessibilité à de nouvelles pratiques grand public, des outils d'information et de réservation adaptés, des espaces de pratiques clairement identifiés et sécurisés, des produits mixtes associant découverte nautique, patrimoine, paysages et gastronomie...

➤ Développer des **offres et produits adaptés aux clientèles en séjours en bord de mer (24%)**: Primo visiteurs, venus pour la plage et la mer qui apprécient également la farniente sur la plage, et les jeux avec les enfants, âge moyen d'environ 48 ans, séjour de 8 nuitées en moyenne, essentiellement en été. La moitié des visiteurs sont rattachés au Grand Val de Saire.

➤ Adapter des **produits et services mixtes (durées, horaires, niveau de difficulté...) aux jeunes retraités en camping-car (14%)**: Séjour plutôt en arrière saison (36%) motivé par les paysages et le patrimoine historique, plutôt itinérant et sensibles aux visites de villages, de ports et de sites, à la gastronomie. La préparation du séjour s'est faite grâce à Internet et des guides touristiques papier

➤ S'appuyer sur la clientèle Française (82%) et de proximité (Normandie (31%) - Ile de France (21%) - Hauts de France) ainsi que sur la clientèle en hébergement non marchand (4.6 millions de nuitées en Cotentin).

➤ Doubler la commercialisation des offres et produits de loisirs nautiques (base 300 Manche Box en 2017/2018) : Comptoir Culturel Maritime Odyssea – Maisons du Tourisme Bleu – OT Comptoir culturel d'information - E-commercialisation – Pass Bleu Odyssea...



PÔLE 3 - L'OFFICE DE TOURISME DE LA VILLE-PORT DU FUTUR



Offices de
Tourisme
de France



OFFICE DE TOURISME LE COMPTOIR CULTUREL D'INFORMATION

Un espace tourné vers les nouvelles technologies au service de l'accueil



Un équipement innovant visant à conforter :

- la Qualité de l'accueil , la distribution des offres, produits et services
NAUTISME – CROISIÈRE – PLAISANCE – ACTIVITÉS AQUATIQUES - PÊCHE - PATRIMOINES - BIODIVERSITÉ
ITINÉRAIRES, ROUTES BLEUES DU LITTORAL, PLAGES, PAYSAGES MARITIMES – SAVOIR-FAIRE LOCAUX
- l'attractivité des escales, le grand stade bleu nautique, les entreprises...
- le partage et la valorisation de l'histoire locale et le récit de son bassin de navigation

PÔLE 3 - LA BOUTIQUE TERRITORIALE DES DESTINATIONS BLEUES

Un modèle économique visant à conforter
LA NOTORIÉTÉ ET L'ATTRACTIVITÉ DE LA MARQUE DE DESTINATION
UN PÔLE ORIGINAL DE DISTRIBUTION DES PRODUITS, DES SERVICES...



MARKETING DE VENTE ET DE DISTRIBUTION
LA BOUTIQUE DE VENTE

OFFICE DE TOURISME GRUISSAN

ACCUEIL À DÉCOUVRIR OÙ DORMIR OÙ MANGER SE DIVERTIR PRATIQUES

Réserver au pôle nautique de Gruissan
Pôle Nautique de Gruissan

Retour à la recherche 0 Article Cliquez ici pour réserver

Kitesurf Stage collectif

Stage Kite 1 séance	Stage Kite 2 séances	Stage Kite 3 séances	Stage Kite 4 séances	Stage Kite 5 séances
125,00 €	245,00 €	360,00 €	470,00 €	560,00 €

Nous avons la chance de travailler sur un plan d'eau peu profond réservé à la pratique du kitesurf. Des groupes de 4 stagiaires maximum, du matériel neuf, des moniteurs expérimentés et diplômés enseignent par radio. Un apprentissage idéal. Deux créneaux par jour, 10h-13h ou 14h-17h.

Kitesurf
Un support de traction en conjonction de la mer et du vent.

Stage Printemps planche à voile perfectionnement
Stage Printemps Funboat 2h
Stage Printemps planche à voile découverte

GRUISSAN

ACCUEIL À DÉCOUVRIR OÙ DORMIR OÙ MANGER SE DIVERTIR PRATIQUES

15°C / 17°C

PÔLE 3 - LA CAPITAINERIE DU PORT DE PLAISANCE DU FUTUR



Le candidat au label devra aménager ou adapter **LA MAISON DU TOURISME BLEU®** **CAPITAINERIE DU FUTUR** **LE COMPTOIR CULTUREL MARITIME**



Parce que la qualité de l'accueil est essentiel, parce que l'imaginaire a droit de cité dans une ville-port, le label ODYSSEA a choisi la capitainerie comme lieu d'expression de son hospitalité et de son histoire maritime. En devenant un véritable Comptoir Culturel Maritime, la capitainerie met en scène la destination dans sa dimension historique, culturelle, de vie, d'activité... Au travers d'expositions artistiques, de projections d'images, de Land'Art... elle facilite également la compréhension des offres et services du stade nautique et ses routes bleues. Elle offre aux plaisanciers et publics les moyens de profiter au mieux de la destination bleue.



Le port est un lieu de vie stratégique au cœur de la ville : pêche, marché, promenade et animations rythment ce lieu et en font un endroit vivant et convivial.

LE PORT EST L'ENTRÉE STRATÉGIQUE DANS LE MODÈLE ODYSSEA

Parce que le port est l'épicentre du concept, qu'il est le référent historique de la démarche, le socle de valorisation économique du programme et le fer de lance des développements futurs dans le respect des engagements du tourisme durable.



Équipements et innovations visant à conforter :

- la Qualité de l'accueil, la distribution des offres, produits et services nautiques, la valorisation et médiation numériques des patrimoines et des cultures maritimes, fluviales, lacustres.

NAUTISME – CROISIÈRE – PLAISANCE – ACTIVITÉS AQUATIQUES - PÊCHE - PATRIMOINES - BIODIVERSITÉ

ITINÉRAIRES, ROUTES BLEUES DU LITTORAL, PLAGES, PAYSAGES MARITIMES – SAVOIR-FAIRE LOCAUX

- l'attractivité de l'escale nautique « le Grand Stade Bleu Nautique »,
- les entreprises, l'histoire locale, le récit de son bassin de navigation

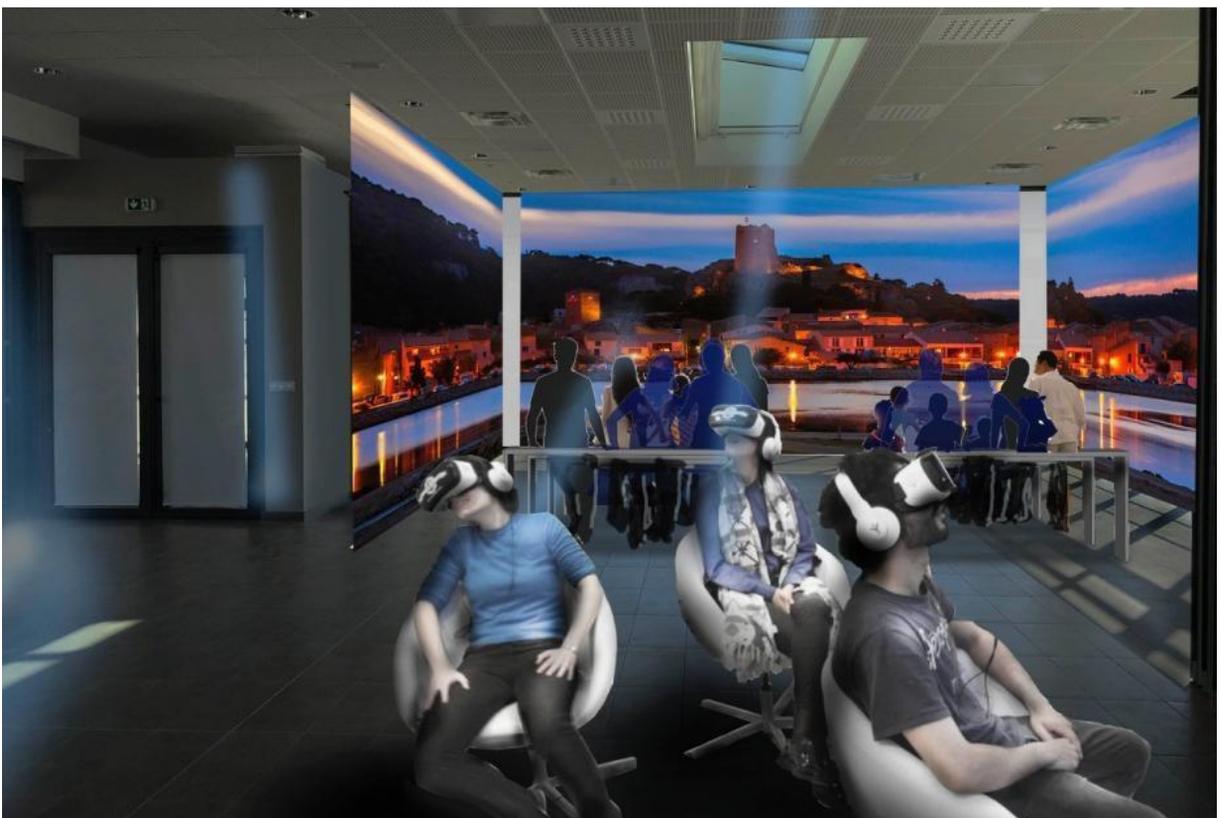
PÔLE 3

PROJET DE COMPTOIR MARITIME CULTUREL ET TOURISTIQUE LA MAISON DU TOURISME BLEU® SAINT VAAST LA HOUGUE

Accueil, promotion des escales pour croisière, plaisance, produits groupes...



« Lieu d'accueil, de médiation, espace pour partager une histoire commune, lieu d'expositions, de vente, d'animations, ouvert à tous »



PÔLE 3

PROJET DE COMPTOIR MARITIME CULTUREL ET TOURISTIQUE

LA MAISON DU TOURISME BLEU® SAINT VAAST LA HOUGUE

2019 – 2020

Création d'un comptoir maritime culturel et touristique Odyssea à Saint Vaast la Hougue

- Définition des besoins fonctionnels de chacune des structures(bureau du port, point d'accueil billetterie Tatihou, école de voile).
- Aménagement d'un espace mutualisé de services pour les vacanciers, les plaisanciers, les habitants et toutes les clientèles.
- Définition d'une étude de déplacement et de signalisation pour gérer les flux de circulation sur le site.
- Travaux de construction, aménagements, équipements



ÉQUIPEMENTS ET INNOVATIONS VISANT À CONFORTER

- LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL , LA DISTRIBUTION DES OFFRES, PRODUITS ET SERVICES NAUTIQUES,
- LA VALORISATION ET MÉDIATION NUMÉRIQUES DES PATRIMOINES ET DES CULTURES MARITIMES
- L'ATTRACTIVITÉ DE L'ESCALE NAUTIQUE, LE GRAND STADE BLEU NAUTIQUE,
- LES ENTREPRISES, L'HISTOIRE LOCALE, LE RÉCIT DU BASSIN DE NAVIGATION

PÔLE 3

PROJET DE COMPTOIR MARITIME CULTUREL ET TOURISTIQUE LA MAISON DU TOURISME BLEU® SAINT VAAST LA HOUGUE

COÛT D'OBJECTIF 1 200 000 €

Aménagement d'un espace mutualisé pour accueillir le point d'information touristique, l'école de voile, l'accueil-billetterie de Tatihou et un espace de vente et de promotion / valorisation des produits de la mer

Structure porteuse	Collectivité – Conseil Départemental de la Manche
Thématique d'action porteuse	Mise en tourisme nautisme / plaisance / croisière / activités et loisirs nautiques
Types d'actions	Étude, Travaux / investissement, Ressources documentaires / multimédia, Création de produits touristiques locaux et multi-destination
Ambition de l'action	Différents espaces sur le port de Saint-Vaast-la-Hougue sont actuellement dédiés aux activités liées à la mer : l'école de voile, le bureau du port de St Vaast, le point d'information touristique de St Vaast, l'accueil- billetterie de l'île Tatihou. Afin de réunir et rationaliser l'ensemble de ces services, il est envisagé de créer un comptoir maritime culturel et touristique Odyssea.
Partenaires	Conseil Départemental de la Manche Communauté Agglomération Cotentin Ville de Saint Vaast la Hougue SPL des ports de la Manche OT du Cotentin Ecole de Voile de Saint Vaast la Hougue



PÔLE 3

PROJET DE COMPTOIR MARITIME CULTUREL ET TOURISTIQUE LA MAISON DU TOURISME BLEU® SAINT VAAST LA HOUGUE

PRECONISATIONS

Aménagement d'un espace dédié de présentation, d'information et de promotion du Grand Stade Bleu Nautique autour de ses 8 piliers structurants: offres et produits nautiques, plages, patrimoine maritime, Routes Bleues nautiques, Port de plaisance, produits et saveurs de la mer, croisières bleues, événements nautiques et de valorisation du patrimoine et de la culture maritime (carte, plan des prestataires, accès...)

Présentation et promotion de l'itinéraire nautique du patrimoine culturel maritime . Exemple sur la thématique des 'Routes des Vikings et des Normands' (Côté Mer et Côté Terre) – Cf. *Aménagement d'espaces de médiation scénarisés*

Support de médiation (vidéo) de présentation de la Destination Bleue, son itinéraire culturel nautique, son patrimoine maritime et ses Routes Bleues nautiques et patrimoniales

Installation d'outils TIC de présentation du Grand Stade Bleu Nautique (carte idem stations de montagne / plan des pistes) ...

Mise en place d'un espace de réservation / achat de produits / prestations de Tourisme Bleu

Présentation de façon lisible des solutions de mobilité douce, leurs modes de réservation, leur accessibilité pour les plaisanciers - (à l'intérieur et/ou l'extérieur du point d'information)

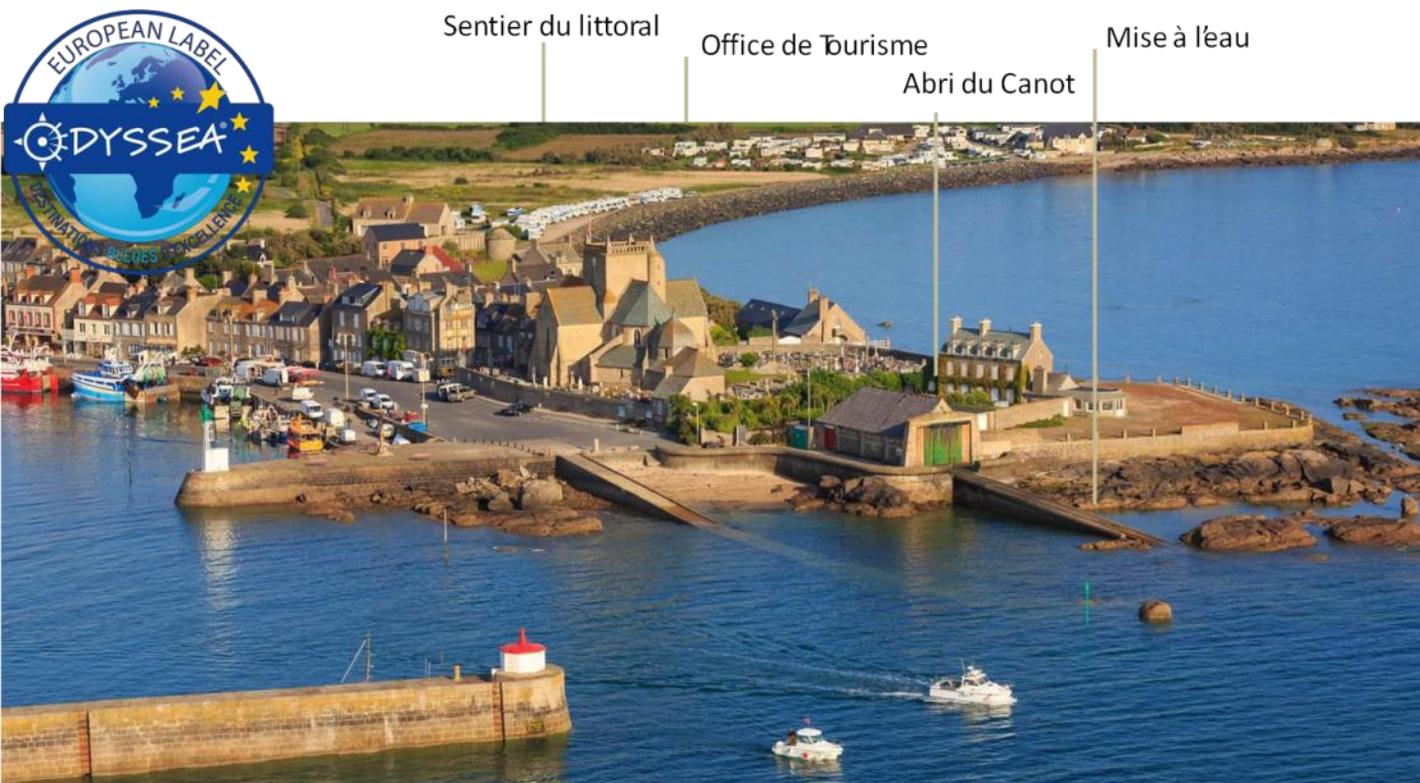
Plan de formation des agents à l'information des plaisanciers sur l'offre touristique Bleu (Grand stade bleu nautique, itinéraire nautique, Routes Bleues nautiques et Patrimoniales, Ecomobilité, démarches touristiques environnementales, offres, produits et services de Tourisme Bleu....)

Mise en place de signalétique et panneaux d'information sur les sites de pratiques des activités nautiques (plan des lieux d'activités, informations pratiques et environnementales, plan des plages, points de départ des Routes Bleues, moyens de mobilité disponibles...)



PÔLE 3

PROJET DE COMPTOIR CULTUREL MARITIME MAISON DU PATRIMOINE MARITIME & DES GENS DE MER BARFLEUR



2019 – 2022

Création de la Maison du Patrimoine des Gens de Mer

Etude de définition, faisabilité technique et expression des besoins (2018)

Aménagement d'un lieu rassemblant les services touristiques (OT boutique, espace art de vivre, toilettes, bureaux...), ainsi qu'un espace de médiation du patrimoine maritime et des savoir-faire des gens de mer Connexion de ce nouvel espace avec le sentier du littoral

ÉQUIPEMENTS ET INNOVATIONS VISANT À CONFORTER

- LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL , LA DISTRIBUTION DES OFFRES, PRODUITS ET SERVICES DE L'ESCALE NAUTIQUE, LE GRAND STADE BLEU NAUTIQUE
- LA VALORISATION ET MÉDIATION NUMÉRIQUE DU PATRIMOINE LOCAL, DES CULTURES MARITIMES ET DES SAVOIR-FAIRE DES GENS DE MER
 - L'ATTRACTIVITÉ DE L'HISTOIRE LOCALE, LE RÉCIT DU BASSIN DE NAVIGATION
 - LE DEVELOPPEMENT LOCAL PAR LES ACTEURS LOCAUX AVEC L'INTEGRATION DES ENTREPRISES ET ACTEURS DU TERRITOIRE DANS LE PROJET
- LA CONNECTIVITE ET LA MISE EN TOURISME BLEU DURABLE DU SENTIER DU LITTORAL

PÔLE 3

PROJET DE COMPTOIR CULTUREL MARITIME MAISON DU PATRIMOINE MARITIME & DES GENS DE MER

BARFLEUR

COÛT D'OBJECTIF 500 000 €

Valorisation de l'abri SNSM en Maison du Patrimoine des Gens de Mer

Structure porteuse	collectivité
Thématique d'action porteuse	Préservation et valorisation du patrimoine culturel / gastronomique
Types d'actions	Étude, Travaux / investissement
Ambition de l'action	Le sauvetage en mer est une composante majeure de l'identité du territoire du Cotentin et de la Normandie. La station de Barfleur a été la première station SCSN construite en 1865 en France par la Société Centrale de Sauvetage des Naufragés. UN patrimoine très intéressant est à valoriser pour renforcer l'attractivité touristique et culturelle de notre territoire
Description de l'action	Une étude de faisabilité (sous maîtrise d'ouvrage de la commune) a été lancée de façon à bien cadrer le projet et son emprise sur le domaine maritime notamment pour l'extension envisagée. Des discussions seront menées sur ce dernier point avec l'Agence Portuaire du CD 50 et France Domaines.
Partenaires	Conseil Départemental de la Manche Communauté Agglomération Cotentin Région Normandie Ville de Barfleur SPL des ports de la Manche OT du Cotentin



OBTENIR LE LABEL LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 4 - ODYSSEA PROTECT LE PÔLE D'EXCELLENCE DE TOURISME DURABLE

CONSTRUIRE UN TOURISME BLEU DURABLE, INTÉGRÉ ET VISIONNAIRE



Odyssea Protect® c'est :

- ✓ Un outil au service des Objectifs de Développement Durable (ODD) des Destinations Bleues, de co-gestion des espaces sensibles dans le cadre d'actions publiques / privées.
- ✓ L'union du monde du tourisme et de l'environnement par la mise en place des Routes Bleues Odyssea autour des ports, par la création d'offres et de produits écotouristiques innovants.
- ✓ Une responsabilité environnementale, le développement de l'itinérance douce, l'innovation et la montée en gamme d'offres des 4 saisons, pour garantir un développement durable des destinations bleues engagées dans le label Odyssea.
- ✓ Des solutions innovantes et éco-compatibles proposées pour l'aménagement des ports de plaisance et des mouillages organisés.
- ✓ Une nouvelle mise en itinérance innovante de la destination par la création de « Balades & itinéraires écotouristiques bleus » associant les acteurs des espaces naturels et des escales culturelles, patrimoniales, nautiques, gastronomiques...
- ✓ Un outil de développement local dans le cadre de la création d'emplois.
- ✓ Une image positive, plus éthique pour des destinations bleues plus responsables et labellisées Odyssea Protect®.
- ✓ Une nouvelle approche plus sensible du monde de la mer par le respect et une meilleure connaissance des milieux maritimes et côtiers.
- ✓ Une stratégie de répliquabilité des modèles Odyssea et des bonnes pratiques sur l'ensemble des territoires bleus engagés.
- ✓ La création d'éco-gares intermodales Odyssea Protect® pour une mobilité touristique zéro émission de CO2.
- ✓ Un co-branding innovant entre institutionnels de l'environnement et filières touristiques.
- ✓ La promotion des éco-gestes et des actions en faveur du développement durable

Sensibiliser les touristes à la préservation de la biodiversité et valoriser cette biodiversité comme atout du développement touristique des territoires marins, tels sont les objectifs de la démarche Odyssea Protect®.

Le choix par Odyssea® du **Passeport Vert** initié par l'ONU pour préserver la biodiversité est double : **sensibiliser les touristes à la protection de la biodiversité et valoriser cette biodiversité comme atout du développement touristique des territoires maritimes ou fluviaux.**



Le Passeport Vert Odyssea Protect est réalisé dans une logique de co-production avec les structures de gestion locale de l'environnement, plus interactif, plus digital, plus participatif. Il comprend une partie générale sur les enjeux et les richesses de la biodiversité, une partie présentant la biodiversité spécifique et les sites naturels à découvrir et à protéger dans chacun des territoires. Il met en valeur l'ensemble de la destination bleue dans une approche cartographique des espaces sensibles, actualisée par saison. Il motive l'effet « sentinelle », les échanges d'expériences et les bonnes pratiques.

OBTENIR LE LABEL
LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 4 - ODYSSEA PROTECT LE PÔLE D'EXCELLENCE DE TOURISME DURABLE

CONFÉRENCE
NATIONALE



Pour la croissance bleue et le climat



@EcologiEnergie

#CroissanceBleue



PLAISANCE ET LOISIRS NAUTIQUES

En France,
9 MILLIONS DE PRATIQUANTS OCCASIONNELS
et
4 MILLIONS DE PLAISANCIERS.



UN OBJECTIF DE DESTINATION BLEUE D'EXCELLENCE

CONNECTIVITÉ DE LA
DESTINATION ET MOBILITÉ

LIAISON AÉRIENNE – LIAISON MARITIME
MOBILITÉ LOCALE D'ACCÈS AUX SITES ET
AUX ENTREPRISES



AMÉNAGEMENT DURABLE
CONSOMMATION
RESPONSABLE

SENSIBILISATION DES PUBLICS À LA
PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT
LE PASSEPORT VERT
Avant / Pendant / Après le voyage

PROTECTION DES
MILIEUX ET
DE LA BIODIVERSITÉ



CONCEPT DE
MULTI-DESTINATION
Croisière - Plaisance - Nautisme
Escales saveurs, nature, culture



QUALITÉ
DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE ATTRACTIVITÉ
DES ENTREPRISES



OBTENIR LE LABEL LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

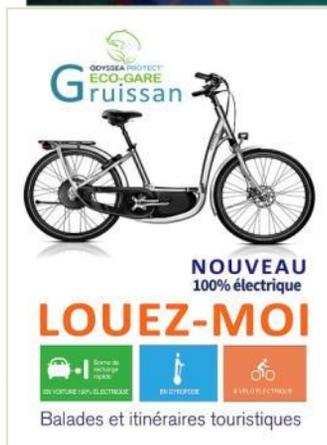
PÔLE 4 - ODYSSEA PROTECT LE PÔLE D'EXCELLENCE DE TOURISME DURABLE



L'ORGANISATION DE L'ÉCOMOBILITÉ DOUCE ET L'ITINÉRANCE TOURISME L'INNOVATION : L'ÉCO-GARE ODYSSEA PROTECT

OBJECTIFS: ORGANISER LA MOBILITÉ DOUCE, L'ITINÉRANCE TOURISTIQUE, LA CONNECTIVITÉ LITTORAL - RURAL, VALORISER LES PATRIMOINES ET PRODUITS LOCAUX, PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ ET LES RESSOURCES LOCALES, OFFRIR DES OUTILS NUMÉRIQUE DE MÉDIATION CULTURELLE ET DE GUIDAGE

Cette innovation est une réponse concrète aux attentes des clientèles vers une montée en gamme des offres et des services, une mobilité douce zéro émission de CO₂, plus ludique, dotée d'un écosystème intégrant une plateforme intelligente multimodale, des véhicules électriques, un système digital d'information, de guidage GPS et de signalétique assurant la valorisation et l'attractivité d'itinéraires et balades recommandés.



Une opération visant à conforter, développer et promouvoir

LES ITINÉRANCES MER & TERRE, LA MOBILITÉ DOUCE, UN MEILLEUR ACCÈS AUX INNOVATIONS ZÉRO ÉMISSIONS DE CO₂, LA DISTRIBUTION DES OFFRES, PRODUITS ET SERVICES D'ÉCOTOURISME

L'ACCÈS ET L'ATTRACTIVITÉ DES L'ESCALES ET DES ENTREPRISES

PÔLE 4 - ODYSSEA PROTECT LE PÔLE D'EXCELLENCE DE TOURISME DURABLE

ODYSSEA PROTECT® est le programme d'écotourisme culturel du label européen Odyssea en faveur de l'environnement, la culture et de la préservation de la biodiversité



Odyssea Protect®, est porteur d'une nouvelle idée et d'innovations dans le secteur de **l'écotourisme culturel**. Il intègre l'organisation de la mobilité douce et des offres, services, produits d'écotourisme bleu. C'est un modèle qui s'intègre en complémentarité avec le programme de la Fédération Française des Ports de Plaisance et la norme « Ports Propres », le partenariat formalisé avec l'Office de la Fondation pour l'Éducation à l'Environnement en Europe (Label Pavillon Bleu).

« Odyssea Protect® » concrétise la mise en écotourisme culturelle Odyssea : mobilité douce, itinéraires culturels, routes bleues nautiques et balades le long des voies bleues et vertes. C'est une opération de protection et de sensibilisation à l'environnement et préservation dans le domaine du tourisme maritime et côtier, fluvial et lacustre autour des villes-ports. Le label Odyssea Protect® s'appuie notamment sur les deux références suivantes :

- Le partenariat pour les Critères Mondiaux du **Tourisme Durable**
- La démarche **Agenda 21** et les principes du développement durable

Les outils clés du label Odyssea Protect®

- Le concept de **Passeport Vert** pour un tourisme durable du programme des Nations Unies pour l'Environnement
- Les bonnes pratiques et modèles du « **Pôle d'excellence d'Écotourisme** » avec la **mise en écotourisme culturelle des routes bleues navigables de France et d'Europe**.
- L'innovation « **Éco-gare Odyssea Protect** », qui relève le défi de la mobilité écotouristique. Un service global autour d'un parc zéro émission de CO2 : voitures électriques, vélos électriques, vélos, gyropodes, navettes. C'est un outil d'éducation et de promotion de l'engagement environnemental de la ville-port qui permet d'adopter un comportement éco-citoyen, avec une influence significative sur l'environnement par l'adoption de pratiques éco-responsables. C'est aussi et surtout une réponse concrète aux exigences d'une meilleure connectivité vers les sites et entreprises du littoral vers les hauts pays, aux attentes des clientèles envers une nouvelle expérience de mobilité douce et plus ludique. Ce service répond à l'arrivée de nouvelles pratiques et de nouvelles attentes touristiques. Les habitants et touristes expriment aujourd'hui leur envie de « vivre une expérience » : découverte du patrimoine, des gens d'ici, de leur mode de vie... via les balades et itinéraires bleus « zéro émission de CO2 ».

Accès au film de l'écogare : www.odyssea.eu/ports/outils-odyssea/eco-gare-odyssea/

PÔLE 4

PROJET DE CRÉATION D'UNE ECO-GARE ODYSSEA PROTECT® A PROXIMITE DU PORT DE SAINT VAAST LA HOUGUE

2019 – 2022



OBJECTIFS

- Aménager des espaces de circulation douce dans les villes-ports adaptés aux besoins des plaisanciers, touristes et résidents. Ces espaces devront intégrer les projets d'aménagements sur la Véloroute littorale et les connexions entre les stations.
- Proposer un service global autour d'un parc zéro émission CO2 : voitures électriques, vélos, VAE, Bhyke, gyropodes, navettes, bateaux électriques...
- Faciliter l'accès et la réservation en ligne



**Une opération visant à conforter,
développer et promouvoir**

**LES ITINÉRANCES MER & TERRE, LA MOBILITÉ DOUCE, UN MEILLEUR ACCÈS AUX
INNOVATIONS ZÉRO ÉMISSIONS DE CO2, LA DISTRIBUTION DES OFFRES, PRODUITS ET
SERVICES D'ÉCOTOURISME**

L'ACCÈS ET L'ATTRACTIVITÉ DES L'ESCALES ET DES ENTREPRISES

PÔLE 4

PROJET ECO-GARE ODYSSEA PROTECT®

A PROXIMITÉ DU PORT DE SAINT VAAST LA HOUGUE

COÛT D'OBJECTIF 100 000 €

Valorisation de l'inter modalité de modes de déplacement doux
notamment avec l'hydrogène



Structure porteuse	entreprise
Thématique d'action porteuse	Mise en tourisme nautisme / plaisance / croisière / activités nautiques
Types d'actions	Étude, Travaux / investissement
Partenaires	FFPP GEC Odyssea Conseil Régional de Normandie Conseil départemental de la Manche Communauté d'agglomération du Cotentin Commune de Saint-Vaast-la-Hougue
Objectifs	Inscrire le port dans un concept de porte d'entrée de la destination Favoriser les escales entre les ports Développer les retombées économiques à terre Structurer les destinations touristiques portuaires Répondre aux besoins des utilisateurs (plaisanciers, touristes, résidents)



PÔLE 4**PROJET ECO-GARE ODYSSEA PROTECT®****A PROXIMITE DU PORT DE SAINT VAAST LA HOUGUE****PRECONISATIONS****EN LIEN AVEC LES ACTIONS DU SPÔTT LITTORAL MANCHOIS
(RAPPROCHEMENT AVEC LA PLATEFORME VELOCOMOTION)**

Cahier des charges d'implantation d'une Eco-Gare – Ecomobilité Touristique dans le modèle Odyssea Protect (*Parcours client*)

Installation d'une solution Eco-Gare Odyssea Protect ® adaptée au territoire (Bornes de recharges électriques à proximité des ports de plaisance et/ou OT, autres lieux d'attractivité) – Installation de racks à vélo en complémentarité sur des sites référencés.

Installation d'un Relais d'Information Service ou une borne numérique extérieure 24/24 et 7 jours/7 pour valoriser les balades, les itinéraires éco-responsables ainsi que les outils numériques de protection de l'environnement et de valorisation des offres et des services touristiques dans un concept d'itinérance

Aménager un espace d'accueil à proximité de l'Eco-Gare permettant aux utilisateurs d'avoir des informations sur son fonctionnement, de louer des outils numériques d'itinérance (GPS Touristique) ou télécharger les offres et les services sur leurs propres supports numériques (Applis)

Identifier les modes de transports locaux économes en CO² et les restaurants / hébergeurs ... Autres prestataires qui pratiquent les économies d'énergie (bilan carbone de l'assiette au restaurant par exemple)

Répertorier les zones sensibles, les zones protégées, les zones classées et les diverses réglementations concernant l'accès et la pratique d'activités au sein de ces espaces à l'échelle de la destination bleue

Identifier et répertorier les commerçants et artisans locaux qui proposent des produits fabriqués ou créés sur place (que ramener de son séjour?)

Organiser des échanges de bonnes pratiques entre professionnels engagés - Eductour des offices de tourisme pour une découverte « durable » des espaces naturels de la destination

Réaliser le Passeport Vert de la destination sous forme numérique (adresses recommandées, bonnes pratiques, réglementations...).



OBTENIR LE LABEL LES 6 PÔLES TERRITORIAUX ODYSSEA

PÔLE 5 - Grand Itinéraire Culturel européen et ses Routes Bleues Nautiques Patrimoniales

CULTURAL VIA ODYSSEA® UN HÉRITAGE COMMUN ET UN GRAND THÈME EUROPÉEN
de valorisation du Patrimoine maritime de Port en Port
Des innovations locales : les Routes Bleues nautiques et patrimoniales



« L'itinéraire culturel européen Mer et Terre Odyssea®, s'inscrit dans le modèle des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe et l'éthique de l'UNESCO. »



L'itinéraire ODYSSEA raconte de port en port les paysages culturels et historiques vus de la mer et sous la mer, les lacs, les fleuves,...Il fait escale, organise la mobilité douce, connecte les entreprises et les sites, raconte les savoir-faire locaux, les patrimoines, sur les routes bleues et vertes des villes-ports vers les terroirs...pour vivre des expériences nouvelles et originales, de bien-être, d'art de vivre,...

UN OBJECTIF de DESTINATION BLEUE
D'EXCELLENCE, DURABLE ET DE HAUTE QUALITÉ

La France au fil de l'eau...

PÔLE 5 - Grand Itinéraire Culturel européen et ses Routes Bleues Nautiques patrimoniales

Les nouvelles Routes Bleues® Mer et Terre

Nautiques, patrimoniales, fluviales... elles sont une innovation et caractérisent l'un des plus grands enjeux pour les Régions, la France et l'Europe, à l'exemple du déploiement des voies vertes en Europe. La mise en tourisme bleu exemplaire des Routes Bleues concerne plus de 6 000 kms de sentiers du littoral en France et de 8500 kms de voies navigables, des routes maritimes dans tous les océans, des nouvelles balades et escales à vivre autour de plus de 600 villes-Ports.

Des parcours privilégiés pour découvrir la mer, le bord de mer, la biodiversité, les cultures et patrimoines, les savoir-faire de la France bleue au fil de l'eau.



OBTENIR LE LABEL
LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 5 - Grand Itinéraire Culturel européen et ses Routes Bleues Nautiques patrimoniales

**Le réseau Odyssea des Villes-Ports vise à mettre en tourisme
« les nouvelles Routes Bleues de l'histoire maritime de Port en Port »**



Le label européen ODYSSEA inscrit le **port**, de fleuve, de lac ou de mer, au cœur du projet urbain, culturel et de croissance bleue. C'est le point géographique d'ancrage, d'attractivité et de convergence des vacanciers, des plaisanciers et des habitants. C'est le pôle économique, de vie, à partir duquel on peut rayonner et partir à la découverte d'un territoire.

La ville-port depuis l'antiquité est l'épicentre de tout un territoire comme aimait à le rappeler Fernand BRAUDEL.

Parce que tout a commencé par la mer : les mythes, les religions, les découvertes, les échanges commerciaux... le réseau européen ODYSSEA donne les clefs de l'histoire des ports, du patrimoine maritime, ses savoir-faire, des activités nautiques et signale au fil de l'eau les points d'intérêt de navigation.

Dans le label des Itinéraires Culturels
du Conseil de l'Europe et éthique de l'UNESCO



OBTENIR LE LABEL

LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 5 - Grand Itinéraire Culturel européen et ses Routes Bleues Nautiques patrimoniales

INNOVER EN RÉALISANT LA MISE EN TOURISME DU 1^{ER} ITINÉRAIRE CULTUREL NAUTIQUE DU PATRIMOINE MARITIME



L'itinéraire culturel Via Odyssea intègre dans son offre de découverte et produits, 12 catégories patrimoniales à valoriser, numériser, à mettre en scène et en itinérance.

1. Les musées et les écomusées historiques
2. Les aquariums
3. Les centres d'interprétation de nouvelle génération autour de la médiation numérique des savoir-faire et du patrimoine immatériel, (animations, visites virtuelles, réalité augmentée...), dans les thématiques :
 - a. Des savoir-faire et technique de la pêche (Pescatourisme).
 - b. Des savoir-faire gastronomiques autour des produits de la mer.
 - c. Des cartes anciennes (Portulan) et techniques des navigations anciennes.
 - d. Des grands découvreurs et leur Odyssée.
 - e. Des routes commerciales thématiques : de l'olivier, du Vin, de la soie, des religions, des arts, ...
 - f. Les traditions orales, contes et légendes.
4. Les phares et balises.
5. Les fortifications maritimes et fluviales.
6. Les équipements, opérations et lieux de mise en valeur des bateaux du patrimoine.
7. Les marais et salins.
8. L'archéologie sous-marine.
9. Les espaces naturels remarquables, les paysages culturels, les itinéraires sous-marin, les paysages culturels des zones humides (Natura 2000, Ramsar).
10. Le volet du patrimoine maritime et fluvial des itinéraires culturels labellisés par le Conseil de l'Europe ou (et) soutenus par la Commission Européenne, l'UNESCO, qui traversent la Méditerranée, l'Atlantique, les Caraïbes... tissant ainsi des liens culturels communs : la route des Phéniciens, la route du vin (Iter-Vitis), les routes de l'Olivier, la route d'Ulysse, la route des épices, de la soie ...
11. Les arts et cultures d'inspiration maritime, fluviale (expositions, résidence d'artistes, spectacles, cinéma,)
12. Les événements nautiques, sportifs et culturels maritimes (cabotages, escales, expositions éphémères, rassemblements nautiques, courses, armada nautique, fêtes maritimes,)

OBTENIR LE LABEL

LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 5

LA MISE EN TOURISME DU PATRIMOINE MARITIME DU COTENTIN



POINTS D'INTÉRÊT

- Sémaphore Cap Lévi – Fort napoléonien de Cap Lévi
- Phare de Gatteville
- Ports de Barfleur et Saint Vaast La Hougue
- Musée Maritime de l'île de Tatihou
- Les Tours Vauban sur l'île Tatihou et à Saint-Vaast-La-Hougue (presqu'île de la Hougue)
- Chapelle des Marins à Saint Vaast La Hougue
- Chantier naval Bernard à Saint Vaast La Hougue (2° chantier national de restauration bateaux anciens)
- Bateau Patrimoine (classé) la gabarre Fleur de Lampaul à Saint Vaast La Hougue
- Cimetière marin de Barfleur
- Station de la SNSM de Barfleur
- Eglise St Vigor de Quettehou et de Morsalines (graffitis marins)
- Fort de l'île pelée – Fort de Chavagnac – Fort des Flamands – Fort du Roule / Cherbourg en Cotentin
- Port Chantereyne, Port escales croisières, Port du Becquet, Port de commerce et port de pêche Cherbourg en Cotentin
- Port Pignot Fermanville
- Port du Hable à La Hague
- Phare de Carteret
- Phare de Goury
- Sémaphore de Jobourg
- Sémaphore de la Hague
- Port Racine
- Port Dielette
- Portbail
- Port Carentan
- Havre de la Sinope à Quinéville
- Musée du Débarquement – Ste Marie du Mont
- Corvette Alabama (épaves)
- Cité de la Mer
- Balade en goélette ancienne à Barneville Carteret
- Chalutier Jacques Louis / Musée de la Pêche - Cherbourg
- Cross Jobourg...
- Les cabanes Vauban ou vigies
- Les fortifications défensives de la seconde guerre mondiale comme les batteries d'Azzeville ou de Crisbecq vestiges du Mur de l'Atlantique.
- Les îles Anglo-normandes

EVÈNEMENTS

- Tour de Manche à la voile
- Traversées de Tatihou
- DREHAM CUP – Juillet – Cherbourg

THÉMATIQUES À DÉVELOPPER

- La côte des Vikings (étymologie des noms du Cotentin)
- Territoire frontière historique, culturelle, économique...(Angleterre / îles)
- du Cotentin : canots de Bateaux traditionnels et vieux gréements Barfleur, vaquelotes, picoteux, plates, bautiers...
- Les courants marins
- La pêche locale (moules, coquilles Saint Jacques, homards, tourteaux, bars, morue...)
- Bateaux et techniques de pêche
- La pêche à pied
- Recettes traditionnelles de pêcheurs
- Faune et flore marine
- Chants marins (Hymne du Cotentin)
- Epaves sous marines
- Flibustiers et Corsaires – Capitaines et Marins du Cotentin
- Les Chemins de Saint Michel – Chemin aux Anglais
- Sentier des Douaniers
- Les aides à la navigation: Phares, balises, canots sauvetage
- Le débarquement

PÔLE 5

PROJET DE MISE EN TOURISME DE LA ROUTE LITTORALE ET DES ITINÉRAIRES INTÉRIEURS EN COTENTIN

OBJECTIFS

AGIR POUR LA MISE EN TOURISME DURABLE MER ET TERRE, DES SENTIERS DU LITTORAL, DES ROUTES BLEUES DE NAVIGATION, DES CHEMINS DE L'HISTOIRE ET DES SAVOIR-FAIRE...

- Renforcer et conforter l'offre littorale, avec ses sites emblématiques fonctionnant comme de véritables vitrines, et la faire rayonner vers l'intérieur du territoire.
- Intégrer les patrimoines et savoir-faire à l'offre d'itinérance départementale et les compléter par des aménagements qui permettent d'augmenter la qualité d'usage des itinéraires.

3 routes seront créées ou complétées de sites et services afin de mieux faire connaître la diversité des patrimoines et savoirs faire de la Manche :

- **La route littorale ;**
- Itinéraire intérieur ;
- Le circuit du tourisme de mémoire.

MISE EN TOURISME DES ROUTES BLEUES® MER & TERRE

Les nouvelles Routes Bleues® Odyssea nautiques et patrimoniales sont une innovation et caractérisent l'un des plus grands enjeux pour les Régions, la France et l'Europe, à l'exemple du déploiement des voies vertes en Europe.

La mise en tourisme bleu exemplaire concerne plus de 6 000 kms de sentiers du littoral en France et de 8500 kms de voies navigables, des routes maritimes dans tous les océans, des nouvelles balades à vivre autour de plus de 600 villes-Ports.

Des parcours privilégiés pour découvrir le bord de mer, la biodiversité, les cultures et patrimoines, les savoir-faire de la France bleue au fil de l'eau.



Le sentier des douaniers en Cotentin

Le GR 223® longe la mer de la Manche de la Baie des Veys au Mont Saint-Michel sur près de 260 km

Le sentier du littoral (70% de portions communes avec le GR223®), ancien chemin emprunté par les douaniers, est un incontournable pour les marcheurs.



CLIENTELES

56%
Attrait Sites
Naturels et
paysages

69%
En Val de
Saire

170 000
Passages
GR®223

PÔLE 5

PROJET DE CREATION ET VALORISATION DE ROUTES BLEUES THEMATIQUES EN COTENTIN

MISE EN TOURISME ROUTES BLEUES® ODYSSEA

LA THEMATIQUE PATRIMONIALE: Définition de l'histoire et des sujets patrimoniaux : faisabilité de la mise en tourisme, l'attractivité du sujet thématique, le marketing (public cible, produits, concurrence),...

LE COMITE SCIENTIFIQUE pour la définition locale de l'itinéraire culturel du label européen Odyssea® « Cultural Via Odyssea® », de ses Routes Bleues® Mer & Terre et ses pôles territoriaux d'innovation au sein du bassin de navigation

LE TRACE : Identification des lieux : la propriété des lieux traversés, les espaces sensibles et les espèces, la sécurité...

VALORISATION DES SUJETS PATRIMONIAUX DU TRACÉ RETENUS DANS LA MISE EN TOURISME: plan de médiation

MISE EN TOURISME PAR MOYEN DE MOBILITÉ ET PUBLICS: one way, retour bus, navettes , covoiturage touristique, accompagnements...

LA SIGNALÉTIQUE: approche environnementale, interprétation, médiation

LES TECHNOLOGIES ET SUPPORTS DE MÉDIATION NUMÉRIQUE: storytelling, casques numériques, comités locaux de médiation culturelle numérique...

MISE EN ACTUALITÉ ET PROMOTION DES OFFRES ET PRODUITS PAR SAISON: plan de com, Eductour, partenariat média

LA COMMUNICATION: Identité de l'itinéraire, le mon de la route bleue, le logo, univers graphique... (carte touristique, application, dossier de presse)

MISE EN TOURISME AVEC LES ACTEURS ASSOCIÉS MISE EN TOURISME ÉVÈNEMENTIELLE ÉCO-TOURISME: Mise en application du concept de Passeport vert Odyssea Protect concernant les 3 temps de consommation des touristes et publics. (avant-pendant-après)

LA CONTINUITE DU PROJET: Identification du portage par action à moyen et long terme – Evaluation du projet



PÔLE 5

PROJET DE CRÉATION ET VALORISATION DE ROUTES TOURISTIQUES A THÈME EN COTENTIN

COÛT D'OBJECTIF 130 000 €

MISE EN TOURISME DE LA ROUTE LITTORALE ET DES ITINÉRAIRES INTÉRIEURS

Structure porteuse	association
Types d'actions	Ressources documentaires / multimédia, Création de produits touristiques locaux et multi-destination
Ambition de l'action	-Renforcer et conforter l'offre littorale, avec ses sites emblématiques fonctionnant comme de véritables vitrines, et la faire rayonner vers l'intérieur du territoire. -Intégrer les patrimoines et savoir-faire à l'offre d'itinérance départementale et les compléter par des aménagements qui permettent d'augmenter la qualité d'usage des itinéraires.
Description de l'action	À destination des touristes, excursionnistes et habitants, ces routes seront créées ou complétées de sites et services afin de mieux faire connaître la diversité des patrimoines et savoirs faire de la Manche : Selon les modalités définies par le SDSD, certains sites disposeront d'une signalétique. La route littorale demeurant identitaire du département manchois, celle-ci sera dotée en outre d'une signalétique spécifique, arborant le marqueur Manche. La valorisation des trois itinéraires privilégiera le support numérique, via l'intégration des tracés dans le module web actuellement en cours de réflexion. L'utilisateur peut ainsi télécharger son itinéraire GPS et éditer un roadbook de l'ensemble de l'offre touristique proposée (sites et points d'arrêts) selon son mode de locomotion et ses centres d'intérêts (familial, culturel, patrimonial, nature, maritime, ...).



PÔLE 5

PROJET DE CREATION ET VALORISATION DE ROUTES BLEUES THEMATIQUES EN COTENTIN

LA CRÉATION DE L'ITINÉRAIRE NAUTIQUE DU PATRIMOINE CULTUREL MARITIME LA VALORISATION DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'OSTREICULTURE

LA ROUTE BLEUE PÊCHE, OSTRÉICULTURE, MYTILICULTURE: ITINÉRAIRE DU PATRIMOINE MARITIME,
MISE EN TOURISME DES SAVOIRS ET SAVOIR-FAIRE, BONNES ADRESSES « PÊCHEURS /
OSTRÉICULTEURS », GASTRONOMIE, RÔLE SOCIAL ET SOCIÉTAL, CULTUREL, ENVIRONNEMENTAL AU CŒUR
DU PROJET DE DESTINATION BLEUE COTENTIN



- Création d'une offre gastronomique et de bistronomie sur les ports et dans toute la destination
- Structuration d'une offre qualifiée autour des produits de la pêche, de l'huitre de Normandie...
- Développement de contenus média de valorisation de l'histoire et l'activité des professionnels de la pêche et de l'ostréiculture (Portraits photos des pêcheurs et film de leur métier, exposition...)
- Valorisation des petits métiers, des savoir-faire, des traditions, du patrimoine de la pêche artisanale, de l'ostréiculture, de la mytiliculture...

Plus value: renforcement du positionnement patrimonial et identitaire de la destination, valorisation économique toute l'année, attractivité pour de nouvelles clientèles, diversification des ressources pour les professionnels.



LA VALORISATION DE LA PÊCHE ET L'OSTRÉICULTURE COMME HÉRITAGE ET PATRIMOINE COMMUN
FACILITER LA DISTRIBUTION DES OFFRES, PRODUITS ET SERVICES DE LA PÊCHE, DE L'OSTRÉICULTURE,
DE LA MYTILICULTURE, DU PESCATOURISME, DE LA CUISINE...

GARANTIR L'ATTRACTIVITÉ DES ENTREPRISES

PÔLE 5

PROJET DE RESTAURATION DE VOILIERS TRADITIONNELS SAINT VAAST LA HOUGUE

LA CRÉATION DE L'ITINÉRAIRE NAUTIQUE DU PATRIMOINE CULTUREL MARITIME LA VALORISATION DES SAVOIR FAIRE DES CHANTIERS NAVALS BERNARD

Restauration de voiliers traditionnels par le chantier naval BERNARD de Saint Vaast la Hougue dans l'objectif de transmettre des connaissances et des savoir-faire et de concevoir de nouveaux hébergements touristiques insolites en mer.



PRECONNISATIONS

- Concept de bivouacs innovants en mer
- Offres et produits mixtes (restaurateurs, producteurs, sites patrimoines, prestataires de loisirs...), par saison et clientèles sur les Routes Bleues Nautiques et Patrimoniales
- Outils de médiation des savoir-faire traditionnels de charpenterie de marine
- Signalétiques et/ou autocollants pour l'identification des ambassadeurs de la destination et adresses recommandées

PÔLE 5

MISE EN TOURISME BLEU DURABLE DES ITINÉRAIRES EN COTENTIN

OBJECTIFS DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

L'objectif est de démontrer, à travers la pratique d'une itinérance douce en mer (nautique) et à terre (zéro émission de CO₂), associée à des outils d'interprétation numérique, que le patrimoine et la culture associés aux savoir-faire locaux contribuent à un développement économique des entreprises, une plus grande attractivité des sites touristiques engagés dans une offre de Destination Bleue d'Excellence.

50% des visiteurs n'ont pas visité de sites liés à la gastronomie

21% des visiteurs n'envisagent pas de visiter des sites naturels pendant leur venue.

- Accroître le nombre de séjours nature en Cotentin et générer des séjours longs et des «country break »
- Monter le sentier des douaniers GR223 dans le Top 3 des sites naturels plébiscités
- Développer la programmation par les tour-opérateurs
- Accroître la visibilité dans la presse par des partenariats média, des reportages, blogs...
- Associer les entreprises locales à la mise en tourisme des itinéraires
- Développer progressivement la marque « Valeurs Parc naturel régional », en accord avec les marques territoriales existantes

Sur les seuls sentiers de Grande Randonnée, les retombées économiques de l'itinérance, toutes clientèles confondues, sont estimées à 2,4 milliards d'euros (FFRP)

Une étude menée en 2010, 2011 et 2012 par l'Observatoire des Chemins de Stevenson estime par ailleurs que cet itinéraire génère 12 000 € de retombées économiques par km d'itinéraire.



PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DE DESTINATION BLEUE

PORTAIL, INNOVATIONS DIGITALES ET MÉDIATION NUMÉRIQUE

FONCTIONNALITE : GUIDE DES ITINÉRAIRES
APPLICATION GUIDE ITINÉRAIRE



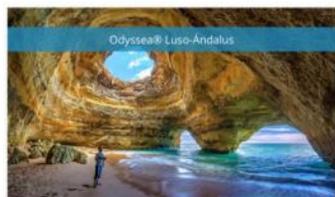
Leader mondial de la
cartographie marine

ODYSSEA®

& NAVIONICS partnership



L'enjeu est la numérisation, la médiation numérique et le e-marketing de la mise en écotourisme et en itinérance de l'itinéraire nautique et des **routes bleues®** autour des **villes-ports** (mers, fleuves, lacs). Cette nouvelle façon de voyager intègre dans l'écosystème numérique **toutes les entreprises des activités sportives et de loisirs sur l'eau** : la plaisance, la croisière, la voile, plus de 30 loisirs nautiques, les itinéraires et routes culturels au fil de l'eau. L'objectif est une mise en e. tourisme qui invite les populations locales, les voyageurs à pratiquer des loisirs nautiques, mais aussi les **balades et itinéraires verts et bleus**, les **5 thématiques** qui sont associées dans les **offres d'itinérance** : escales **Culture & Patrimoine, Saveurs et Gastronomie, Nature & Découvertes, Sport, Loisirs et Bien-Être**. Une stratégie de **e.marketing** de destination littorale et urbaine (Villes Ports) & rurale (Villages de l'itinéraire).



Une opération visant à conforter et valoriser

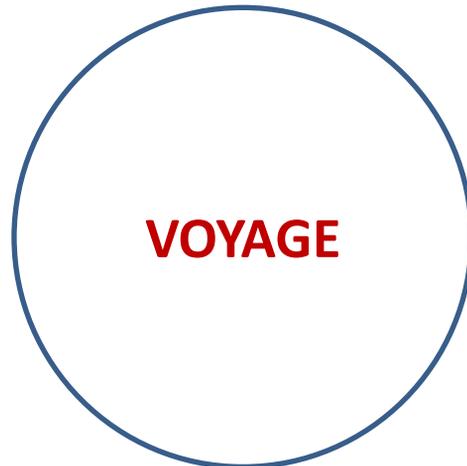
La mobilité et le guidage touristique, la distribution des offres, produits et services, la promotion des itinérances, des Routes bleues et le cabotage, la valorisation des patrimoines par la médiation numérique.

Des moyens concrets pour l'attractivité des escales et la distribution des offres et produits des entreprises

PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

Concevoir la médiation numérique et le marketing produits sur les 3 temps du voyage.

AVANT



APRES

PENDANT

CONSTRUIRE LES 3 TEMPS DE LA VISITE

ENRICHIR L'EXPÉRIENCE « BLEUE » DU CLIENT

L'ITINÉRAIRE CULTUREL DE MISE EN TOURISME DES VOIES BLEUES & VERTES AUTOUR DES VILLES PORTS

Développer l'innovation dans la médiation culturelle des sites et des lieux de visite touristique

Le projet TerraNumerica
Valorisation du territoire
Numérisation 3D de l'Île-de-France

Numérisation
Réalité augmentée
Immersion

Mobilité
Géolocalisation
3D temps réel

La mobilité: des guides de visite multimédia

Tags
géolocalisation
multimédia

Infra-rouge
personnalisation
Information contextualisée
Ludique

Blue Tooth
RFID
47
Pédagogique

© Pour le CDT Philippe CHAVIERE, France Conseil Tourisme

OBTENIR LE LABEL
LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

VALORISATION EN ÉCOTOURISME DES VOIES
BLEUES AUTOUR DES PORTS



TRAVAIL SUR L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES
Avec les filières professionnelles de « L'OR BLEU »

ATTRACTIVITE DES 5 THÉMATIQUES D'ESCALES AU FIL DES SAISONS



Escale
Culture



Escale
Nautique



Escale
Saveurs



Escale
Nature



Escale
Sport & Bien-Être



LES GUIDES DES DESTINATIONS BLEUES®
UVPO / LABEL EUROPÉEN ODYSSEA

**PASS'
DÉCOUVERTES**

MARKETING DU GRAND STADE BLEU NAUTIQUE
LA CARTE PLAN-GUIDE ET LE PASS'BLEU ODYSSEA



DISTRIBUTION DES PRODUITS, DES
OFFRES, SERVICES NAUTIQUES
PROMOTION COLLECTIVE DES ENTREPRISES
LOGIQUE DE DESTINATION ET
DE MULTI-DESTINATIONS



Informations portuaires
Retrouvez toutes informations techniques
des ports d'Occitanie



Offres plaisanciers
Profitez de bons plans, de promotions,
d'offres VIP, de nuitées gratuites...



Découvertes touristiques
Découvrez les plus belles escales
touristiques au départ des ports



Événements
Venez profiter des principaux événements
dans nos ports d'Occitanie

DEMANDER VOTRE GUIDE PAPIER EN
CAPITAINEURIE

Disponible sur
Google play

Disponible sur
Apple Store

PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES
LA STRATÉGIE PRODUITS TOURISTIQUES

L'ADÉQUATION DE L'OFFRE À LA DEMANDE

Stratégie de Segmentation

Familles avec enfants et clientèle à mobilité réduite	Tourisme d'affaires	Plaisanciers et publics activités nautiques	Groupes, Excursionnistes	Public Jeunes	SYLVER ÉCONOMIE Seniors actifs
---	---------------------	---	--------------------------	---------------	--------------------------------

Positionnement : la concurrence, les exigences et les attentes des clients au cœur du projet et autour de 4 grandes thématiques



Des consommateurs plus experts, plus acteurs, plus matures, plus autonomes, plus mobiles, plus connectés, plus sensibles à l'environnement, dans la recherche du bien-être.



Ports maritimes

Ports fluviaux

Pass'Découvertes

Réservez

Escales touristiques

Événements



OBTENIR LE LABEL LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

CONCEVOIR LA MÉDIATION NUMÉRIQUE ET LE MARKETING PRODUITS SUR LES 3 TEMPS DU VOYAGE.

Le marketing du modèle Odyssea® se caractérise par la **création d'outils innovants adaptés à la préparation du voyage, la découverte sur place et la consolidation des liens après le voyage** dans le respect des **3 temps touristiques** (avant – pendant – après le voyage).

Le modèle marketing Odyssea® est d'abord une **valeur ajoutée apportée à la plaisance et aux plaisanciers**, avec de **nouvelles routes maritimes incitant à la navigation, cabotage et à la découverte des territoires** en catégorisant les entreprises et les sites touristiques selon les **5 thématiques d'escales Odyssea®** (Nautique ; Culture ; Saveurs ; Nature ; Sport, loisirs et bien-être)...

Le marketing Odyssea® crée de **nouvelles interactivités entre les ports, les plaisanciers, les voyageurs** et optimise la **gestion en réseau et la vie des ports de plaisance en lien avec leur ville et leur terroir**, et ce à un niveau local, régional et international.



PRECONNISATIONS

- Cluster des entreprises et professionnels engagés dans la mise en œuvre du label Odyssea Tourisme et Croissance Bleue
- Offres et produits avec les prestataires touristiques identifiés (hébergeurs, sites patrimoniaux, prestataires de loisirs...), par saison et clientèles sur les Routes Bleues Nautiques et Patrimoniales
- Accès produits et recettes de la mer en lien vers les restaurants, les commerçants et les pêcheurs partenaires qui s'engagent dans la démarche
- Concept Cidre / Produit Patrimoine Connecté
- Promotion de la destination bleue, l'itinéraire nautique, les routes bleues, les offres et produits de tourisme bleu sur les sites des partenaires et professionnels engagés
- Plan de formation des équipes d'accueil sur la thématique du Tourisme Bleu, les Routes Bleues Nautiques et Patrimoniales, l'accompagnement des professionnels locaux pour la création d'offres touristiques / écotouristiques
- Signalétiques et/ou autocollants pour l'identification des ambassadeurs de la destination et adresses recommandées
- Mise en place de bilans annuels d'évaluation de l'avancée de la mise en œuvre des actions liées au label sur la destination



OBTENIR LE LABEL
LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

PÔLE 6

**ESCALE SAVEURS ET GASTRONOMIE
PROJET DE PROMOTION ET DISTRIBUTION
MISE EN TOURISME PESCATORISME
BONNES ADRESSES « PÊCHE - PÊCHEURS – GASTRONOMIE DE LA MER
EN COTENTIN**

**PROMOTION DU BERCEAU DE L'HUÎTRE NORMANDE
VISITES D'ENTREPRISES, ATELIERS DE CUISINE ET DÉGUSTATIONS,
BALADES NAUTIQUES, SOIRÉES THÉMATIQUES...**

Calendrier de la pêche , recettes, associations vins/cidres du Cotentin, fruits de mer, crustacés et poissons du Cotentin, repas par et avec les professionnels

Modèles économiques et de distribution : vente repas, vente produits transformés, distribution/vente dans la boutique du réseau (Maison du Tourisme Bleu St Vaast, CC Maritime Barfleur...), cours de cuisine, produits Pescatourisme...



PÔLE 6

PROJET CREATION OUTILS DE CONNAISSANCE ET EVALUATION DES CLIENTÈLES – SUPPORTS DE MEDIATION /PROMOTION TOURISTIQUE

MANCHE

OBSERVATOIRE DU LITTORAL

Disposer de données quantitative et qualitative sur la fréquentation et les clientèles (Connaître le marché, les différents publics, les attentes des pratiquants, les motifs de satisfaction et d'insatisfaction de l'offre consommée) pour mieux adapter l'offre (typologies clientèles, saisonnalités, séjours...)

PROMOTION ET COMMUNICATION

Réalisation d'un reportage photos et vidéos de la Destination Cotentin



Structure porteuse Latitude Manche / OT Cotentin

Thématique d'action porteuse Mise en tourisme nautisme / plaisance / croisière / activités nautiques

Types d'actions Étude

Ambition de l'action Adapter produits et services. L'enjeu est d'aboutir à une meilleure connaissance des attentes, des comportements des clientèles et des retombées économiques.

Description de l'action Comptabilisation de la fréquentation en office de tourisme : nombre de demandes et qualification . Données de fréquentation du port .Données de fréquentation des activités nautiques. Réalisation d'enquêtes clients et qualitatives. Suivi de la fréquentation du GR223 : éco compteurs. Suivi de la fréquentation touristique Flux Vision Tourisme.

Territoire concerné Littoral

Partenaires Office de tourisme, port SPL, base nautique

OBTENIR LE LABEL
LES PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

CERTIFICAT N° 2018-12-12-001

CONTRIBUTION

**Stratégie nationale pour la Mer et le Littoral - transition écologique -
Économie bleue et Croissance Bleue
Tourisme Maritime et Côtier - Projets autour des Objectifs de
Développement Durable**

DESTINATION BLEUE® COTENTIN
MANCHE – RÉGION NORMANDIE

Les **6** Pôles Territoriaux d'innovation du label Européen Odyssea

LES INNOVATIONS SUPPORTS D'ATTRACTIVITÉ DES NOUVELLES DESTINATIONS BLEUES
Pour ancrer les Villes-ports dans le 21e siècle de la croissance Bleue en conciliant dynamisme de
l'économie, préservation de l'environnement et valorisation des Patrimoines

PÔLE TERRITORIAL 1 AMÉNAGEMENTS EXEMPLAIRES

VILLE-PORT DU FUTUR - PORT DE PLAISANCE EXEMPLAIRE

Innovations et aménagements urbains, portuaires en faveur de la Croissance Bleue et Verte, l'emploi, contribuant à construire l'avenir maritime de sa région, en conciliant dynamisme économique et préservation de l'environnement. Investissements dans les aménagements productifs du label Odyssea et autour des lieux de pratiques, de valorisation des patrimoines, paysages, TIC, des sites, hébergements, restaurants, des énergies renouvelables... des pôles privilégiant la proximité avec l'eau, sa préservation, l'écomobilité, le soutien aux entreprises de l'économie bleue, aux startups.

Aménagement du quai et des espaces d'embarquement pour l'île Tatihou – Nouveau bateau navette et Gestion de la desserte maritime par la SPL des ports – Aménagement paysager du baladoir en front de mer (Saint Vaast la Hougue) – Actions de préservation et de gestion durable e la bande côtière (Saint Vaast la Hougue)

Piste cyclable sur la route de Réville

Requalification des espaces muséographiques au sein du musée maritime de l'île de Tatihou - Requalification des espaces muséographiques à travers la présentation des richesses environnementales, patrimoniales et historique du Cotentin

**Requalification et extension de l'hébergement, de l'accueil et de la restauration sur l'île de Tatihou - Gestion de l'hébergement et de la restauration à un opérateur privé
Création d'hébergement touristique insolite en mer (voiliers patrimoine)**

PÔLE TERRITORIAL 2

METTRE EN TOURISME LA DESTINATION BLEUE INCLUSIVE GRAND STADE BLEU NAUTIQUE®

Faire de la ville-port les nouvelles Destinations Bleues à l'exemple des stations montagnes par la valorisation territoriale d'une offre globale de multi-activités selon grands 7 piliers structurants. Une mise en Tourisme Bleu facilitant l'accès aux activités nautiques, assurant la structuration conjointe des offres et des services (public/privé cluster entreprises), la formation, les aménagements et la signalisation des lieux des pratiques du nouvel « Or Bleu » : les activités aquatiques du futur.

Structuration du Grand Stade Bleu Nautique du Cotentin
Expérimentation de Croisières Bleues® Odyssea

PÔLE TERRITORIAL 3

QUALITE - ACCUEIL - AUTHENTICITÉ - MÉDIATION DES PATRIMOINES - DISTRIBUTION MAISON DU TOURISME BLEU®

Faire des Offices de Tourisme des « Comptoirs Culturels d'Information », faire des Capitaineries des « Comptoirs Culturels Maritimes ». La Maison du Tourisme Bleue, le nouveau pôle d'accueil et d'information nautique et écotouristique pour assurer une montée en gamme, une signature plus maritime qui valorise et distribue les offres, produits et services, qui partage son histoire par des moyens innovants de médiation des patrimoines.

Comptoir Culturel maritime Odyssea – Maison du Tourisme Bleu Saint Vaast la Hougue -
Aménagement d'un espace mutualisé pour accueillir le point d'information touristique, l'école de voile, l'accueil-billetterie de Tatihou et une boutique de valorisation des produits de la mer
Comptoir Culturel d'Information et Maison du Patrimoine Maritime Barfleur - Valorisation de l'abri SNSM en Maison du Patrimoine des Gens de Mer

PÔLE TERRITORIAL 4

ÉCOTOURISME & MOBILITE DOUCE TOURISME BLEUE® DURABLE ODYSSEA PROTECT®

Odyssea Protect® marque les pôles d'excellence de la résilience écologique du Tourisme Bleu adoptant un plan de la mobilité douce qui vise aussi une meilleure connectivité vers l'arrière-pays et les entreprises. Un plan de co-gestion de la biodiversité, des paysages, de co-production du Passeport Vert et des éco-gestes, des pratiques responsables avant, pendant et après la visite des voyageurs.

Mobilité Eco-Gare Odyssea Protect® SAINT Vaast la Hougue – Passeport Vert
Valorisation de l'intermodalité des modes de déplacements doux notamment avec l'hydrogène

PÔLE TERRITORIAL 5

ITINERANCE CULTURELLE ET NOUVELLES EXPÉRIENCES DE LOISIRS MER ET TERRE CULTURAL VIA ODYSSEA® ET ROUTES BLEUES®

Mise en tourisme exemplaire des nouvelles Routes Bleues d'itinérance au fil de l'eau de la France et de l'Europe. Accès à la connaissance de 3 000 ans d'héritage maritime et de navigation du savoir de port en port, vers les communes rurales, sur les sentiers du littoral et les chemins de halage des voies fluviales et navigables. Plan de numérisation des patrimoines, savoir-faire, traditions, récit attractif et innovant des itinéraires de navigation et des balades, dans les bonnes pratiques des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, l'éthique et valeurs de l'Unesco, des Parcs Naturels.

Routes touristiques thématiques – Routes bleues nautiques et patrimoniales – Sentier du littoral - Itinéraire Cultural Via Odyssea

Mise en tourisme de la route littorale et des itinéraires intérieurs

Expérimentation d'un mode de déplacement en mer dans les ports de la Hague avec le bateau l'Archimède

Valorisation des savoir-faire des chantiers navals Bernard - Restauration de voiliers par le chantier naval

PÔLE TERRITORIAL 6

MARKETING TERRITORIAL NOUVELLES DESTINATIONS BLEUES® INCLUSIVES

Marketing territorial de marque de Destinations Bleues®, des multi-destinations inclusives. Promouvoir, distribuer, vendre, fidéliser, les produits d'écotouristiques bleus, stratégie de co-branding, cluster des entreprises, Portail web, innovations digitales, promotion collective des offres des 4 saisons...

Observatoire littoral Manche – Marketing territorial Cotentin - Promotion – Evaluation – Formation

Promotion du berceau de l'huître normande : visites d'entreprise, atelier de cuisine et dégustation, balade nautique

Médiation photos et vidéos de la Destination Cotentin



CO-FINANCEMENTS DES OPERATIONS

REGION NORMANDIE

Dispositif régional 2016 d'accompagnement pour une gestion durable de la bande côtière Mise en place d'actions complémentaires, contribuant à l'objectif final et présentant un caractère « pilote » à l'échelle régionale.

Exemple d'actions: Actions de préservation et de gestion de la bande côtière (Pôle1)

DÉPARTEMENT DE LA MANCHE (contrat de territoire 3ème génération)

- Aménagements participant à renforcer l'attractivité des stations touristiques départementales
- Équipements de loisirs et lieux de visite publics
- Base d'activités de sports et de loisirs

Exemple d'actions: Comptoir Culturels maritimes et d'Information (Pôle 3) – Grand Stade Bleu Nautique (Pôle 2) -

FEDER

Axe 2 : Développer l'offre numérique sur le territoire - OS 6 - Augmenter l'offre de services numériques à vocation économique, sociale et citoyenne

Axe 3 : Faire de la Basse-Normandie une éco-région attractive

OS 9 - Augmenter l'utilisation des moyens de transports propres dans les zones urbaines

OS 10 – Accroître la fréquentation touristique en préservant l'intégrité du patrimoine bas normand

Exemples d'actions: Hébergement île de Tatihou (Pôle 1) - Eco-Gare (pôle 4) - Création et valorisation de routes touristiques thématiques (Pôle 5) - Valorisation des bateaux traditionnels (Pôle 5) - Outils de connaissance des clientèles (Pôle 6)...

FEADER

4.2.1 Investissements pour la transformation à la ferme et la commercialisation en circuits courts

7.6.2 Etudes, animation et sensibilisation environnementale et investissements non productifs en milieu rural hors Natura 2000

16.4. Création, développement et promotion des circuits courts et des marchés locaux

19. Soutien au développement local Leader (Développement local mené par les acteurs locaux)

Exemples d'actions: Valorisation des produits de la mer (Pôle 6) - Boutiques (Pôle 6/ Pôle 1) – Valorisation des routes Terre & Mer (Pôle 5) ...

CO-FINANCEMENTS DES OPERATIONS

GAL

Conforter et optimiser la dynamique touristique de la destination Cotentin

Sous-mesure 19.2

- Soutenir les démarches de structuration des filières prioritaires du Cotentin : activités maritimes et nature
- Mieux vendre la destination Cotentin. Accompagner la mise en place d'une gouvernance touristique à l'échelle du Cotentin

Exemples d'actions: Grand Stade Bleu Nautique (Pôle 2) - Routes Bleues Mer & Terre (Pôle 5) - Ingénierie de projet

FEAMP

62 – Stratégies de développement local mené par les acteurs locaux

68.g – Commercialisation

Exemples d'actions: Promotion du berceau de l'huître normande : visites d'entreprise, atelier de cuisine et dégustation, balade nautique / Pescatourisme (Pôles 6) - Valorisation des savoir-faire des chantiers navals Bernard - Restauration de voiliers par le chantier naval (Pôle 5)

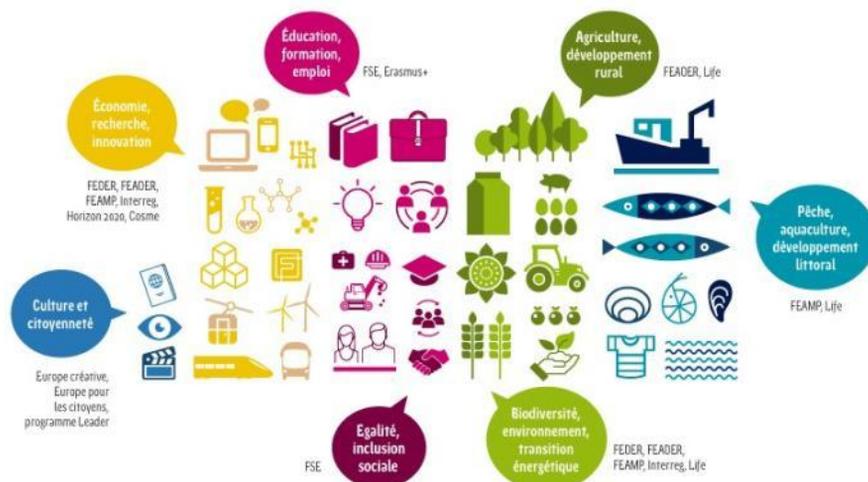
GALPA

FICHE 3 : Diversifier les sources de revenus des entreprises

FICHE 5 : développer un tourisme durable basé sur l'identité portée par les filières maritimes du territoire

FICHE 6 : Promouvoir et valoriser les produits halieutiques et les savoir-faire des acteurs de la filière

Exemples d'actions: Promotion du berceau de l'huître normande : visites d'entreprise, atelier de cuisine et dégustation, balade nautique / Pescatourisme (Pôles 6) - Valorisation des savoir-faire des chantiers navals Bernard - Restauration de voiliers par le chantier naval (Pôle 5)



COTENTIN LES OBJECTIFS DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

Investissements: Coût d'objectif 7 Millions €

**Estimation des recettes supplémentaires annuelles
générées sur la destination bleue à l'horizon 2021/2022**

5.2 Millions €

**Estimation de création de 200 emplois ETP sur le territoire
selon les périodes de fréquentation (variable de 1 à 6)**

**Mise en réseau et création d'emploi (cluster) avec les
prestataires nautiques, les sites et lieux de visite de l'escale
Saveurs**

les professionnels des filières du tourisme

**Mise en tourisme durable des 220 km de sentier du littoral
& des 100 km de voies vertes**

***« Objectif : l'attractivité, passer de 7 % de pratiquants du
nautisme à 100 % de pratiquants des activités nautiques, des
loisirs, des innovations aquatiques du « Tourisme Bleu® »
intégrés dans l'offre « Grand Stade Bleu Nautique® et des
nouvelles Destinations Bleues® ».***



COTENTIN OBJECTIF DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

Augmentation raisonnable et maîtrisée des flux de fréquentation sur l'île de Tatihou de l'ordre de 20 % permettant d'atteindre les 75 000 visiteurs à l'horizon 2022.

+ 830 00.00 € de recettes supplémentaires

Augmentation de la capacité d'accueil et diversification de la clientèle en hébergement marchand sur l'île de Tatihou (+57% de lits - + 10 000 nuitées)

Etalement des visites aux 4 saisons prenant appui sur:

- Les excursionnistes (725 000 dont 70% sur la zone littorale)
- Les croisiéristes (35 bateaux en escale à Cherbourg et 65 000 passagers en excursion sur le territoire)
- Les clientèles d'avant saison (printemps 57% d'intention)

COTENTIN OBJECTIF DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

CAPITALISER LES 44% DE VACANCIERS QUI NE PRATIQUENT AUCUNE ACTIVITÉ MER

(PENDANT LEUR SÉJOUR Cf. Etude clientèles Cotentin 2017)

par l'accessibilité à de nouvelles pratiques grand public, des outils d'information et de réservation adaptés, des espaces de pratiques clairement identifiés et sécurisés, des produits mixtes associant découverte nautique, patrimoine, paysages et gastronomie...

+ 1 140 000.00 € de CA sur le Grand Stade Bleu nautique

Développement des offres et produits adaptés aux clientèles en séjours en bord de mer (24%): Primo visiteurs, venus pour la plage et la mer qui apprécient également la farniente sur la plage, et les jeux avec les enfants, âge moyen d'environ 48 ans, séjour de 8 nuitées en moyenne, essentiellement en été. La moitié des visiteurs sont rattachés au Grand Val de Saïre.

Adaptation des produits et services mixtes (durées, horaires, niveau de difficulté...) aux jeunes retraités en camping-car (14%): Séjour plutôt en arrière saison (36%) motivé par les paysages et le patrimoine historique, plutôt itinérant et sensibles aux visites de villages, de ports et de sites, à la gastronomie. La préparation du séjour s'est faite grâce à Internet et des guides touristiques papier

Appui sur la clientèle Française (82%) et de proximité (Normandie (31%) - Ile de France (21%) - Hauts de France) ainsi que sur la clientèle en hébergement non marchand (4.6 millions de nuitées en Cotentin).

Doublement de la commercialisation des offres et produits de loisirs nautiques (base 300 Manche Box en 2017/2018) : Comptoir Culturel Maritime Odyssea – Maisons du Tourisme Bleu – OT Comptoir culturel d'information - E-commercialisation – Pass Bleu Odyssea...



VILLE PORT DU FUTURE & PÔLES TERRITORIAUX THÉMATIQUES

OBJECTIF DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

Augmentation de la durée et du nombre d'escales des plaisanciers de 30% sur 3 ans (20% de taux d'occupation actuel pour une durée moyenne de moins de 4 jours et moins d'une journée dans 20% des cas).

Développement de l'accueil des groupes (croisiéristes et excursionnistes)
+ 250 000.00 € de CA en escale

- Augmentation de 30% le nombre d'escales (attractivité de l'escale nautique, Itinéraire Cultural Via Odyssea)
- Accroissement de la durée de l'escale par des offres, produits, services touristiques adaptés aux plaisanciers en escales (Information touristique de la destination - Pass Bleu Odyssea – Ecogare / Ecomobilité...)
- Augmentation du panier moyen de dépenses sur la destination (Boutique de vente, accessibilité des produits Patrimoine du Cotentin...)

OBJECTIF DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

Développement de la fréquentation des Voies vertes et du sentier du littoral (nombre de passages) et accroissement du nombre de séjours nature en Cotentin, des séjours longs et des «country break» en associant les entreprises locales à la mise en tourisme des itinéraires

+ 30% DE PASSAGES SUR LES VOIES VERTES ET LE SENTIER DU LITTORAL
+ 1 390 000.00 € de recettes potentielles générées auprès des professionnels (restaurants, bars, sites de visite, boutiques, loisirs...)

Positionnement du sentier des douaniers GR223 dans le Top 3 des sites naturels plébiscités

- Création de packages avec modes de déplacements doux intégrés (Eco-Gare Odyssea Protect)
- Distribution et commercialisation des offres et produits d'écotourisme en itinérance (Manche Box / Boutiques / Comptoir culturel Maritime...)
- Développement de la programmation par les tour-opérateurs
- Augmentation de la visibilité dans la presse par des partenariats média, des reportages, blogs...

OBJECTIF DE CROISSANCE BLEUE ET VERTE

Rendre plus lisibles et accessibles les 18 sites et lieux de visite de l'escale Saveurs et Gastronomie du Val de Saire en particulier les Huitres de Saint Vaast et le cidre AOP du Cotentin

(50% des visiteurs du Cotentin ne visitent aucun site lié à la gastronomie et aux saveurs)

+ 1 750 000.00 € de recettes potentielles générées chez les professionnels

Structuration de routes bleues thématiques, médiation touristique numérique,

visites d'entreprise, atelier de cuisine et dégustation, balades découvertes mise à disposition d'outils de communication et de supports de guidage associés (GPS touristique, application...).



CRITÈRES DE RÉFÉRENCE DE LA CHARTE

Le processus de labellisation ODYSSEA « DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE® en 5 étapes

PREMIÈRE ÉTAPE : ADHÉSION, DÉLIBÉRATION, CANDIDATURE

La commune, la collectivité territoriale souhaitant être labellisé **doit délibérer** (modèle fourni) pour déposer un dossier de demande d'adhésion (formulaire en ligne lors des appels à candidature). L'engagement court sur une période de 3 ans renouvelable par tacite reconduction. Une cotisation annuelle s'applique dès la candidature validée.

A SAVOIR !

- L'adhésion au Label porte sur 3 ans
- La commission d'adhésion se réunit 2 fois par an.
- A partir de juillet la cotisation est calculée au prorata temporis

DEUXIÈME ÉTAPE : LA VALIDATION DE VOTRE ADHÉSION

L'adhésion au Label européen Odyssea est soumise au préalable à l'examen de la Commission d'Adhésions, à laquelle le Conseil d'Administration délègue son pouvoir, composée de membres permanents et élus. La validation de l'adhésion est confirmée par courrier. L'adhésion ne devient effective qu'après :

- La réception de la délibération de la collectivité ou de la structure qui s'engage
- Le paiement de la cotisation

TROISIÈME ÉTAPE : ÉVALUATION - EXPERTISE - ANALYSE SWOT - DIAGNOSTIC

Après la validation définitive de l'adhésion, une évaluation, expertise, analyse swot, sont menés par nos experts sur site afin de diagnostiquer la destination en termes d'aménagements et des offres. Les exigences sont issues des modèles portant sur **les 6 grands pôles territoriaux** du Label européen Odyssea® « Destinations Bleues d'Excellence® ». Cette expertise rapide permet de déterminer le niveau du territoire et des besoins potentiels qui conditionnent l'attribution du Label : mention candidat – Sceau de Qualité Bronze - Argent ou Or, les Mentions liés aux innovations, services, produits.

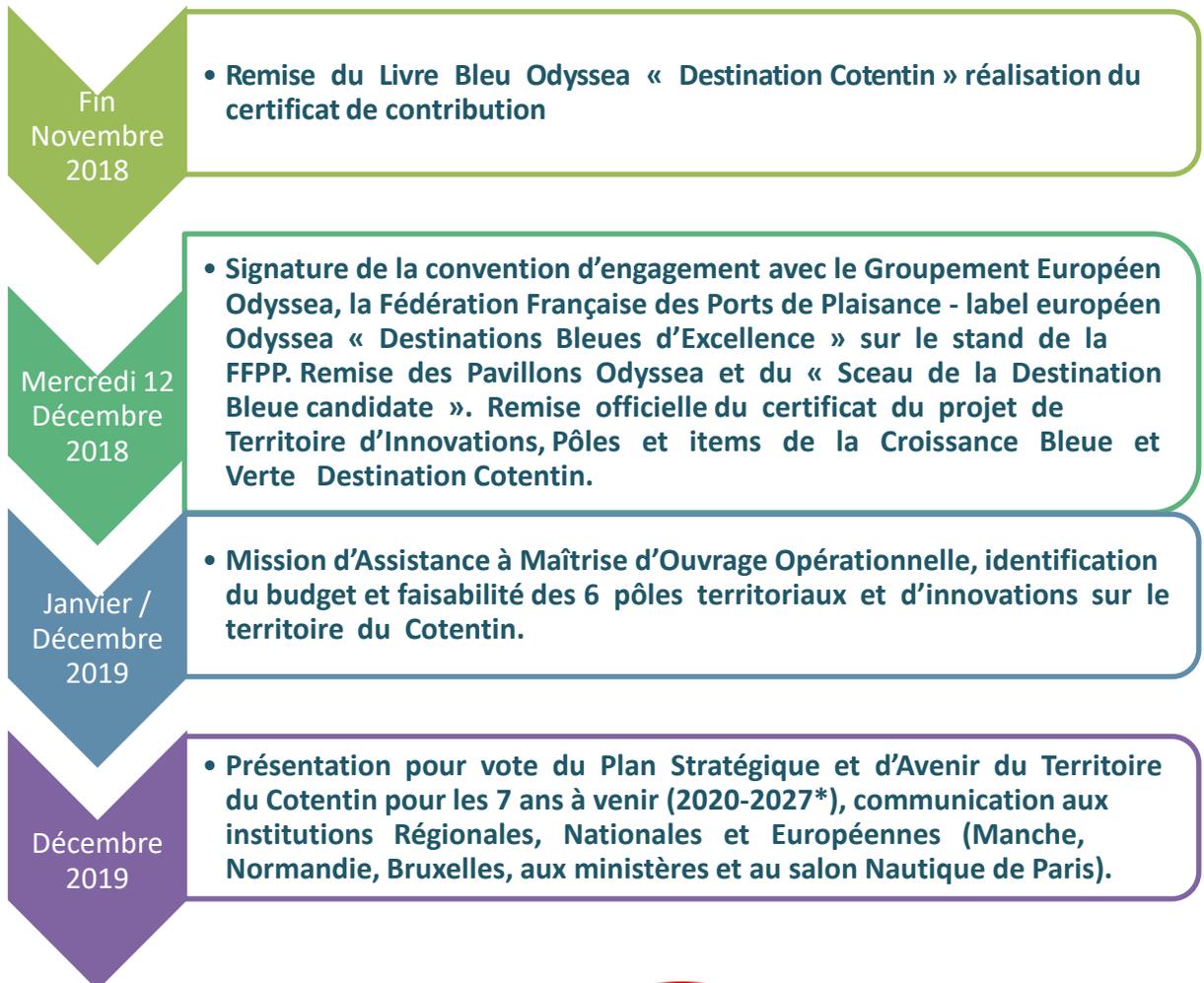
QUATRIÈME ÉTAPE : ACCOMPAGNEMENT, MONTÉE EN GAMME, ATTRACTIVITÉ ET INNOVATIONS

Dans l'année qui suit votre diagnostic, une réunion d'accompagnement est programmée en vue de développer le label, implanter les modèles et progresser dans l'attractivité du territoire candidat. Une Assistance à Maîtrise d'Ouvrage vous sera alors proposée afin d'engager votre structure sur la voie de l'excellence et l'obtention des Mentions : « Escale Patrimoine Phare® » de l'itinéraire Cultural Via Odyssea®, « Odyssea Protect® », « Route Bleue® » patrimoniale, Grand Stade Bleu Nautique®, Écogare ÉcoMouv, Comptoir Culturel Maritime®, Maison du tourisme bleue®... et assister si besoin votre évolution en termes d'excellence des services, des produits, des offres, des innovations...

CINQUIÈME ÉTAPE : LABELLISATION, MENTIONS PRODUITS, SERVICES, NIVEAU DU SCEAUX DE QUALITÉ

Sur la base du rapport, le comité de labellisation émet le label « Destination Bleue d'Excellence® » et décide les Mentions attribuées, le type de Sceau de Qualité et de services, les équipements, les produits et innovations reconnues. Vous êtes alors labellisé pour 3 ans (Voir modalités et conditions d'utilisation du Label). Une fois labellisé, chaque lauréat s'engage à respecter les modalités et conditions d'utilisation du label. Avant l'échéance du terme du Label, un audit de renouvellement est réalisé, les réseaux sociaux de satisfaction des clientèles et des expériences des publics sont les supports de référence.

FEUILLE DE ROUTE ET GRANDES ÉTAPES DU PROJET



OBTENIR LE LABEL EUROPÉEN

Villes-Ports & Voies bleues navigables

les nouvelles Destinations Bleues d'Excellence



UN OBJECTIF DE DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE,
DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ



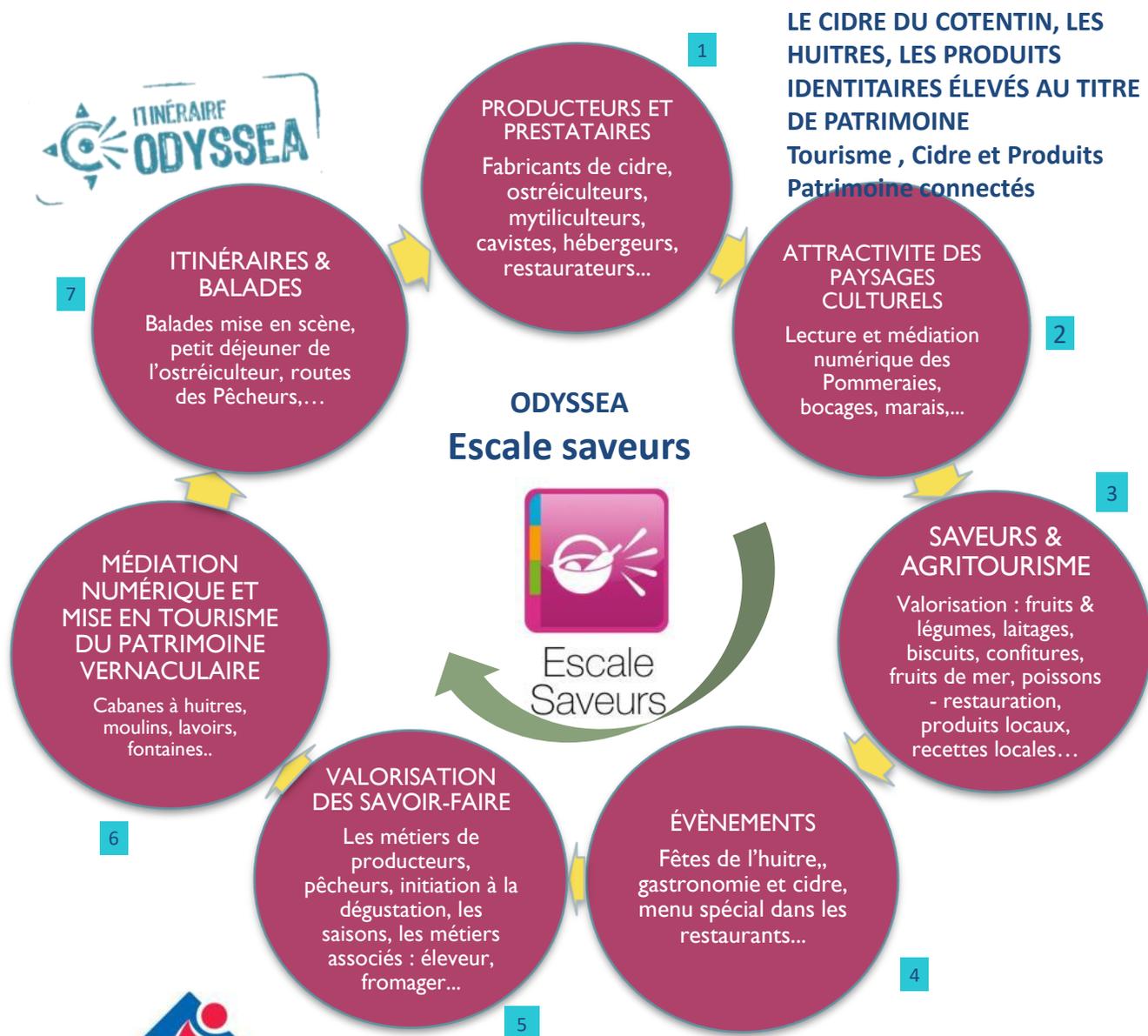
NAUTISME – CROISIÈRE – PLAISANCE – ACTIVITÉS AQUATIQUES - PÊCHE - PATRIMOINES - BIODIVERSITÉ
ITINÉRAIRES, ROUTES BLEUES DU LITTORAL, PLAGES, PAYSAGES MARITIMES – SAVOIR-FAIRE LOCAUX

UN OBJECTIF DE DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE, DURABLES ET DE HAUTE QUALITÉ

PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

**L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES ET DES ENTREPRISES :
SAVEURS & GASTRONOMIE**

UN MODÈLE QUI SE DÉCLINE AUTOUR DE 7 GRANDS THÈMES



ESCALE SAVEURS
ODYSSEA®
Dans un objectif de
convergence avec le
Label
Destination Vignobles et
Découvertes



PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES ET DES ENTREPRISES : SAVEURS & GASTRONOMIE

VAL DE SAIRE

POINTS D'INTÉRÊT

Poissons, crustacés et Produits de la Mer:

Huitres de Saint Vaast – Parcs à Huitres & Ostréiculteurs
Moule de Barfleur
Homards Bleus
Coquilles Saint Jacques
Etals de pêche retour des bateaux
Les poissons du Cotentin
Epicerie de la Mer à Barfleur
Huitres de la Belle Fermanvillaise
Le fumoir du pêcheur à Saint Vaast La Hougue

Les Vins et apéritifs

AOC Cidre du Cotentin

Epicerie fine Gosselin – Saint Vaast La Hougue

Légumes

Maraichage (explication filière à développer)

Ferme de la Froide Rue à Réville

La Verdura à Saint Vaast La Hougue

Fromages

Le Moulin des Corvées au Theil (Camembert)

Ferme des douces prairies au Theil (Yaourts et laitages)

Visites découvertes

Atelier fabrication de pain – Moulin à eau de

Ravenel à Rethouville / Vicq sur Mer

Le P'tit Gris des Moulins à Fermanville

Evènements

Fête de l'Huitre de Saint Vaast La Hougue

Autres produits

Tricoterie du Val de Saire – Saint Vaast La Hougue / Valcanville (Classée entreprise du patrimoine vivant)



PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES ET DES ENTREPRISES : SAVEURS & GASTRONOMIE

COTENTIN

POINTS D'INTÉRÊT

Poissons, crustacés et Produits de la Mer:

Viviers d'Utah Beach
Vente directe Omonville La Rogue
Saumonerie Williams & James à Carentan
Le saumonier à Tourlaville

Cidreries et brasseries

Brasserie La Cotentine – Barneville Carteret
Brasserie artisanale Ste Mère Eglise
Cidrerie Domaine de Rugueville – Portbail
Cidrerie Le Père Mahieu à Bricqueboscq
Cidrerie Theo Capelle à Sotteville
Ferme La Commanderie Grosville
Cidrerie La Brique à Saint Joseph
Les vergers de la Passion à Martinvast

Douceurs

Biscuiterie de Sortosville en Beaumont
Biscuiterie de Ste Mère Eglise
Caramels – Carentan
Abbaye des Bénédictines de Valognes (pâtes de fruits)

Fromages et laitages

Les délices d'antan à St Côme du Mont
Le Petit Manoir au Rozel
La Ferme de Domi et Isa à Yvetot Bocage

Visites découvertes

Lait doux de Normandie à St Sauveur le Vicomte (Ateliers)
La Ferme aux cinq saisons à Flamanville
Atelier les petits meuniers à Fierville Les Mines
Musée Régional du Cidre à Valognes

Evènementiels

Bouchées Cherbourgeoises (Septembre)
Fête du Pain à Fierville Les Mines
Plantes et Saveurs d'Automne à La Hague
La ferme dans la Ville à Cherbourg
Festival Mange ta soupe à Carentan
Fête de la tomate et des légumes anciens à La Glacerie

Restaurants étoilés

Le Mascaret à Blainville-sur-Mer, Le Pily à Cherbourg, La Marine à Carteret, L'intuition à St Lô

Autres produits

Parapluies de Cherbourg
Elevage de la Fraserie à Bricquebecq (Volailles)



PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

**L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES ET DES ENTREPRISES :
CULTURE & PATRIMOINE**



Odyssea Croissance et Tourisme Bleu a l'ambition avec les candidats au label de mettre en œuvre la numérisation amplifiée des fonds culturels des destinations portuaires de l'itinéraire culturel Mer & Terre ODYSSEA. Cette opération de grande ampleur contribuerait à la préservation et à la valorisation d'un immense patrimoine européen commun et aurait une portée économique en accompagnant la mutation touristique des pays et communes engagés.

PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES

L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES ET DES ENTREPRISES : CULTURE & PATRIMOINE

COTENTIN

POINTS D'INTÉRÊT

Château du Ravalet à Cherbourg en Cotentin
Château Abbaye ND de Grâce à Bricquebec
Hôtel de Beaumont et Abbaye ND de Protection de Valognes

Château médiéval et Abbaye bénédictine Royale de Saint Sauveur le Vicomte

Maison JF Millet / Musée T Henry / Maison J d'Aureville / Maison J Prévert

Château Alexis de Tocqueville

Planétarium – La Hague

Moulin à vent – Ferville les Mines

Manoir du Tourp – La Hague

Manoir de la Madeleine – Beaumont La Hague

Manoir de la Coquerie – Querqueville

Château d'Omonville

Manoir de Donville – Méautis

Abbaye du Vœu – Cherbourg

Centre nucléaire Flamanville

Eglise ND de Portbail

Eglise de Montfarville (plafonds peints)

Eglises et patrimoine religieux

Pays d'Art et d'Histoire

Citadelles Vauban et patrimoine UNESCO

Camp romain La Haye aux Puits

Dolmens St Pierre l'Eglise

Musée de la Libération et Batterie du Roule – Cherbourg

D-Day expérience – Carentan

Batterie d'Azeville

Blockhaus Vicq sur Mer

Hangar à dirigeables – Ecausseville

Utah Beach Musée du débarquement – Ste Marie du Mont

Musée de la Batterie de Crisbecq

World War II Muséum

Circuit à ciel ouvert sur tablette au départ de Ste Mère l'Eglise

Jeep Tour – Ste Marie du Mont

Circuit historique 1944 – Carentan

Village des Antiquaires – Barfleur – Août

L'Été musical – Barfleur – Juillet / Août

Traversées de Tatihou – St Vaast La Hougue – Août

Art'Zimutés – Cherbourg - Juin

Expo peinture – Les Impressionnistes (Côte Est)



PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES
L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES ET DES ENTREPRISES :
« NATURE ET DÉCOUVERTE »

UN MODÈLE QUI SE DÉCLINE AUTOUR DE 7 GRANDS THÈMES



UN OBJECTIF DE
DESTINATIONS BLEUES ET
VERTES D'EXCELLENCE,
DURABLE ET DE HAUTE
QUALITÉ



Il pourrait être envisagé de développer progressivement la **marque « valeurs Parc naturel régional »**, en commençant par des territoires pilotes et sur des produits tests: les huitres / le cidre, les biscuits..., et dans un développement en accord avec les marques territoriales existantes.

PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES
L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES ET DES ENTREPRISES :
« NATURE ET DÉCOUVERTE »

VAL DE SAIRE

POINTS D'INTÉRÊT SUR LA THÉMATIQUE DES SITES & ESPACES NATURELS

Sites Naturels remarquables

Cascades du Vaast
Ile Tatihou et îles Saint Marcouf
Gatteville et Cap de Lévi
Mares de Rhétoville
Mares de Vrasville

Jardins

Carneville
Tatihou
Jardin du Bourg – Anneville en Saire
Jardin ferme de la Gervaiserie – Quettehou
Jardin du Goublain – Teurthéville-Bocage

Points de vues

Bretteville - Anse de Brick
La Pernelle

NATURA 2000

Zone maritime de Saint Vaast à Barfleur
Zones des marais de Barfleur
(Faune / flore / ornithologie...)



PÔLE 6 - LE MARKETING TERRITORIAL DES DESTINATIONS BLEUES
L'ATTRACTIVITÉ DES ESCALES ET DES ENTREPRISES :
« NATURE ET DÉCOUVERTE »

COTENTIN

POINTS D'INTÉRÊT

SITES & ESPACES NATURELS

Sites Naturels remarquables

Baie de Veys
Réserve Naturelle de Beauguillot
Nez de Jobourg
Cap de la Hague
Grottes de Jobourg
Dunes d'Hatainville
Cap de Carteret
Havre de Portbail
Havre de Carteret
Mare de Vauville
Réserve Naturelle de la Sangsonnière et de l'Adriennerie
Forêt domaniale de Saint Sauveur le Vicomte

Points de vues

Flamanville
Biville
Auderville
Besneville
Bretteville
Le Ham
Cherbourg en Cotentin

Thèmes

Villes fleuries et fleurissement

Jardins

Fontenay sur Mer – Cherbourg – St Germain des Vaux – Flamanville – Viville – St Germain le Gaillard – Martinvast - Valognes

Parcours thématiques:

Vallée de la Sinope (boucle vélo Quinéville – saint Vaast)
Sentier Paysages à travers les âges (PNR)
Découverte des Marais – St Côme de Mont (1/2 journée – journée)
Géosite de Normandie – Carrières de Fresville (panneaux explicatifs + parcours vélo vers Montebourg)

Sites

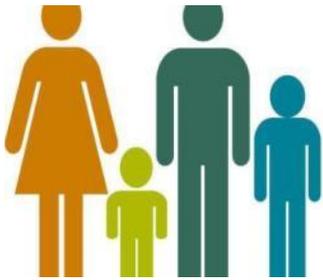
Maison du littoral et de l'environnement – Cherbourg
Maison du PNR des marais du Cotentin – St Côme du Mont

Zones protégées

Site Natura 2000 - Littoral ouest du Cotentin de Saint-Germain-sur-Ay au Rozel
Basses Vallées du Cotentin et Baie des Veys
Landes et dunes de la Hague



TOURISME EN COTENTIN



34%
Urbaine /
périurbaine

50%
+ 55 ans

57%
CSP+ et
intermédiaire

73%
Avec
enfants de
7 à 17 ans

TYPLOGIES DES CLIENTÈLES



Une clientèle **Française (82%)**
et de **proximité**

1. **Normandie (31%)**
2. **Ile de France (21%)**
3. **Hauts de France**

16% de clientèles étrangères
dont **1/4 d'anglais**



41%
Grande
Bretagne

45%
Proximité
(-3h)

80%
Sur la zone
littorale

725 000
EXCURSIONNISTES

10%
Excursions
Arrière Pays

11%
Excursions
Zone littorale

34%
Excursions
hors
territoire

CLIENTÈLES SÉJOUR
(**63% VACANCES SCOLAIRES**)

PLAISANCE EN COTENTIN

Plus de 3 700 anneaux dont près de la moitié sur le port Chantereyne à Cherbourg-en-Cotentin (1er port d'escale pour la plaisance sur la façade Manche-Atlantique avec 1 600 places)

VAL DE SAIRE

1030 anneaux soit 28% de la capacité d'accueil de la CA du Cotentin

93 places en escale

- 5926 escales / an (taux d'occupation d'environ 18%)
- 27% en avant et après saison
- 70% courts séjours
- 50% de plaisanciers qui se déplacent à pied ou à vélo.



LABEL DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE ODYSSEA

Pôle d'avenir de la France et de l'Europe,
les Villes-Ports, leurs voies et bassins de navigation,
leurs nouvelles Routes Bleues du Littoral...



Pour plus d'information

Groupement Européen ODYSSEA
Philippe CALAMEL Directeur

Tél. : + 33 (0)6 08 27 69 69

calamel.odyssea@gmail.com

Sandrine MAZZIOTTA-BASTIEN
Coordinatrice

Tél.: + 33 (0)6 42 05 48 17

mazziotta.odyssea@gmail.com



Horizon 2020

Le nouvel
« Or Bleu »

NAUTISME – CROISIÈRE – PLAISANCE – ACTIVITÉS AQUATIQUES - PÊCHE - PATRIMOINES - BIODIVERSITÉ
ITINÉRAIRES, ROUTES BLEUES DU LITTORAL, PLAGES, PAYSAGES MARITIMES – SAVOIR-FAIRE LOCAUX