



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

île de La Réunion / océan Indien

CONTRIBUER À LA POLITIQUE MARITIME
DE LA RÉGION LA RÉUNION, DE LA
FRANCE ET DE L'EUROPE EN MATIÈRE DE
TOURISME DURABLE, DE CROISSANCE ET
D'ÉCONOMIE BLEUES

MISE EN TOURISME MARITIME & CÔTIÈRE DU TERRITOIRE DE LA CÔTE
OUEST INTÉGRÉE & INCLUSIVE POUR PLUS D'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE,
DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE PÉRENNE A FORT VALEUR AJOUTÉE, DE
COHÉSION SOCIALE ET DE DURABILITÉ DU TERRITOIRE



Nous attestons par ce présent certificat nos engagements dans le modèle de développement territorial durable, intégré et inclusif
Odyssea® Tourisme et Croissance Bleue

TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

ESCALE PATRIMOINE PHARE DE L'Océan Indien – ÎLE DE LA RÉUNION



DESTINATION
TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST
CANDIDATE

LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST S'ENGAGE À :

1. Être la première destination de l'Océan Indien à obtenir le label européen Odyssea® « Destinations Bleues d'Excellence » et cela dès 2019 afin de devenir une « Escale Patrimoine Phare de l'Océan Indien ».
2. Concevoir et bâtir un grand projet d'avenir autour de la croissance et du tourisme bleus avec de véritables objectifs de résultats en matière économique, sociale et environnementale.
3. Capitaliser les innovations et bonnes pratiques du modèle Odyssea® pour plus d'attractivité et d'emplois non délocalisables pour son territoire.
4. Proposer un modèle d'avenir à sa jeunesse dans les filières d'avenir de la croissance et du tourisme bleus.
5. Devenir force de proposition auprès des instances nationales et européennes par ses actions menées dans le cadre du programme Odyssea en matière de tourisme et de croissance bleus.
6. S'inscrire dans le tourisme bleu de demain pour capitaliser sur cette économie pour ses entreprises et ses emplois non délocalisables.
7. Soutenir et développer ses filières locales d'excellence.
8. S'inscrire dans les politiques régionales en matière de croissance et de tourisme bleus.
9. Être reconnue comme territoire de bonne pratique autour de la croissance et du tourisme bleus dans la stratégie du Comité interministériel de la mer (CIMer) : l'ambition maritime de la France du 21^{ème} siècle.
10. Agir pour le développement du tourisme maritime et côtier dans le cadre de la croissance bleue souhaitée par la Commission européenne.

LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST RÉPOND AUX 17 PRINCIPAUX ENJEUX DU TOURISME ET DE LA CROISSANCE BLEUE AU SERVICE DE L'EMPLOI, POUR SON TERRITOIRE & L'ÎLE DE LA RÉUNION :

1. Stimuler la performance et la compétitivité économique en matière de tourisme durable bleu au profit des entreprises et de l'emploi.
2. Repenser l'organisation touristique du Territoire de la Côte Ouest pour plus d'attractivité.
3. Promouvoir les compétences et l'innovation par un soutien aux entreprises, aux offres et produits touristiques durables par un investissement dans le capital humain notamment chez les jeunes.
4. Renforcer l'attractivité des villes-ports de la Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest et de leur hinterland sur la scène touristique internationale par le label européen Odyssea® « Destinations Bleues d'Excellence ».
5. Renforcer son image de Destination France dans l'Océan Indien.
6. Créer le tourisme des années futures plus solidaire, plus respectueux de l'environnement et des habitants en mettant « en scène » le Territoire de la Côte Ouest par un partenariat public-privé autour de son patrimoine, de ses savoir-faire, de ses paysages...
7. Favoriser la création de produits touristiques durables à forte valeur ajoutée économique bénéfique à la création d'emplois non délocalisables.
8. Favoriser l'insertion des jeunes dans les filières d'excellence autour de la croissance et du tourisme bleus.
9. Inventer un modèle de développement touristique durable de multi-destination par la création d'offres, de produits et de services écotouristiques de smart spécialisation à forte valeur ajoutée, « les Routes Bleues® » nautiques, patrimoniales et culturelles.
10. S'inscrire dans un plan d'investissements productifs, innovants et éco-compatibles de croissance bleue de la Ville-Port du futur.
11. Créer et promouvoir une offre de tourisme bleu durable de multi-destination intégrée et inclusive.
12. Favoriser la qualité d'un accueil touristique plus authentique et plus innovant, vecteur de valeur ajoutée pour les entreprises partenaires des Routes Bleues® et du Grand Stade Bleu Nautique®.
13. Créer et promouvoir de nouvelles itinérances douces par les Routes Bleues® nautiques et culturelles de multi-destination dans le bassin de navigation de l'Océan Indien.
14. Développer des secteurs touristiques à forte valeur ajoutée pour notre territoire comme la petite et la moyenne croisière.
15. Développer et consolider le tissu économique autour de la croissance et du tourisme bleus pour plus de richesse, nécessaire à la création et / ou au maintien d'emplois.
16. Devenir une place forte de la croissance et du tourisme bleus en inscrivant notre destination dans son bassin de navigation comme « Escale Patrimoine Phare » par la création du grand itinéraire culturel maritime « Cultural Via Odyssea® » / océan Indien, dans l'éthique du Conseil de l'Europe et de l'UNESCO.
17. S'appuyer sur des produits à forte valeur ajoutée économique, identitaire de son territoire, bénéfique à l'ensemble de sa destination et notamment à l'emploi des jeunes.



Jean-Claude MÉRIC
Président du Groupement Européen
Odyssea® Tourisme et Croissance Bleue

Joseph SINIMALÉ
Président de la Communauté
d'Agglomération du Territoire de
la Côte Ouest



OBJECTIF

CONCEVOIR ET BATIR LE GRAND PROJET D'AVENIR DE LA DESTINATION DURABLE BLEUE D'EXCELLENCE



**C'EST AGIR POUR CONSTRUIRE L'AVENIR EN CONCILIANT DYNAMISME ÉCONOMIQUE ET PRÉSERVATION
DE L'ENVIRONNEMENT**

**C'EST CAPITALISER LES INNOVATIONS ET BONNES PRATIQUES ODYSSEA® POUR PLUS D'ATTRACTIVITÉ,
FAVORISER LA CROISSANCE BLEUE ET VERTE ET L'EMPLOI**



Commune de
Possession



Commune du
Port



Commune de
Trois-Bassins



Commune de
Saint-Paul



Commune de
Saint-Leu



La marque collective Odyssea® est un label européen riche de 6 pôles territoriaux intégrés de développement durable, économique, développés en exclusivité

Les modèles du label européen Odyssea® (déposés à l'INPI) ont été retenus comme projet stratégique, au sommet euro-méditerranéen de l'Union Pour la Méditerranée, devant les 44 ministres européens du Tourisme, et par la Commission Européenne.

Le réseau Odyssea® est un réseau fort d'un label européen et d'un projet stratégique d'innovation de croissance bleue autour des villes-ports et des territoires intégrés, qui concerne l'ensemble des États membres de l'Union Européenne.

Odyssea® c'est d'abord une vision stratégique, économique, d'une nouvelle offre innovante de Tourisme Bleu® (INPI) intégrée dans une logique de multi-destinations bleues qui caractérisent une démocratisation de l'accès aux activités aquatiques, nautiques, patrimoniales autour des Villes-Ports.

A hand is holding a book titled "Le Livre Blanc" by the "Définition du monde Deyanor". The book cover features a collage of various images including a human eye, a cityscape, a beach, and a group of people. The text on the cover includes "Définition du monde Deyanor", "Contribution pour un tourisme responsable, alternatif, innovant, éthique et compétitif", and "Tome 1". The date "Décembre 2011" is printed at the bottom right. The background of the image is dark and out of focus.

[illegible][illegible]

Souvenir D'OFFICE

PRÉFACE

Vision des élus du littoral

Yvon BONNOT
Président de l'ANEL
Ancien député
Rassemblement pour le Centre

Je suis heureux, en tant que Président de l'Association nationale des Elus du littoral qui réunit les élus des communes, des départements et des régions membres de cette organisation, de vous adresser, sous l'égide pour le projet COSSICA que nous soutenons depuis le début de cette réflexion qui conduit aujourd'hui à la publication de ce livre blanc.

En septembre 2010, suite à la DCEM, en Corse et dans le cadre de la Méditerranée nous avons vu l'occasion, pour nous, membres Nationaux d'être capables de produire un consensus durablement valide. L'ANEL a donc décidé d'élaborer une proposition d'échanges culturels et touristiques dans le cadre de l'ANL pour la Méditerranée et nous avons encouragé les porteurs de ce projet COSSICA.

Les méditerranéens partagent de cette année 2011, l'adhésion totale à la proposition et s'engage avec des projets d'élaboration et d'importance de la diversité culturelle et administrative, de chaque pays.

Il nous semble qu'COSSICA contribue à briser des idées reçues entre les nombreux ports méditerranéens et leur arrière pays, et ce, quelle que soit la taille, encouragé par une histoire de coopération.

Ces échanges culturels et touristiques devraient permettre de rapprocher solidaires entre les territoires et les populations. Cela correspond au besoin que nous ressentons la loi de libre association pour contribuer à l'état de l'Union et nous encourageons COSSICA à se développer pour atteindre ces objectifs.

Yvon BONNOT

413
Yvon Bonnot

2019 : LE LIVRE BLEU ODYSSEA POUR LA PROGRAMMATION 2021-2027



LABEL EUROPEEN DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE ODYSSEA

Jean-Claude MERIC
Vice-Président du FPPP
Président EPIC Odyssea Tourisme et Croissance Bleue
Administrateur de la FIVS
Secrétaire Général Inter-Des Villes-Portes d'Occitanie
Directeur EPIC OTC Grand Narbonne Tourisme
Directeur Général de la Station de Gruissan

Croissance Bleue et Verte - Qualité, Attractivité, Biodiversité, Innovation, Connectivité, Éco-mobilité et Compétitivité des entreprises... caractérisent les nouvelles Destinations Bleues d'Excellence par Odyssea

Les programmes pilotes Odyssea et les « workshop Best Practices » ont en leur objet d'affirmer que l'ambition maritime et fluviale en termes de croissance bleue de la France et de l'Europe était réaliste.

Notre défi : créer les nouveaux Pôles d'Excellence reconnus par un label européen « Les Destinations Bleues d'Excellence » pour reconnaître l'innovation, valoriser les atouts attractifs touristiques de la France et de l'Europe.

A l'occasion des rencontres annuelles des Villes et Régions européennes « Open Days », nous avons pu recueillir les meilleures expériences, enrichies d'échanges. Nos membres ont dégagé des points stratégiques à après présentés et qui ont contribué à renforcer l'attractivité des territoires qui souhaitent se spécialiser dans la croissance bleue.

Les Open Days européennes furent l'occasion de présenter au travers de cas concrets les différents modèles Odyssea qui s'inscrivent dans sa charte de développement durable, des opérations qui doivent s'inscrire en territoires des projets intégrés, innovants et attractifs pour les ports et les acteurs de l'économie bleue, organisés avec ceux des territoires ruraux associés pour organiser une économie circulaire à forte valeur.

« Best Practices Odyssea », les termes de référence que nous avons retenus :

- L'innovation concernant l'économie et une meilleure connectivité des destinations bleues et vertes.
- L'usage de l'organisation économique, sociale et éthique du lien littoral - Hauts Pays, les outils et les stratégies adaptées.
- L'usage stratégique de l'évaluation du Groupement Européen Odyssea pour assurer l'assistance et la promotion du réseau des destinations « Destinations Bleues Mer et Terre ». Une nouvelle organisation des Villes-Ports et d'un cluster du Tourisme Bleu fédérant les acteurs du tourisme, de la plaisance, le croisière... Un outil de soutien et de médiation des acteurs qui mettent le projet économique et social au cœur de l'attractivité territoriale.
- Le modèle Qualité du label des Ports de plaisance de la FPPP, l'attractivité des routes et la construction des itinéraires Mer & Terre des Destinations Bleues dans le label Odyssea et la charte de développement durable et des modèles : économique, écologique, culturel et patrimonial, capital et de gouvernance.
- La stratégie de valorisation et de préservation de la biodiversité « Odyssea Protect » en lien avec le Plan Méditerranéen pour une croissance bleue, et les orientations du Plan, validées en conseil des ministres ou est retenu l'extension du projet de développement intégré Odyssea des ports de plaisance et leur arrière-pensée pour déployer des projets locaux, intégrés et multi-acteurs démontrant la faisabilité d'un développement durable.
- Les modèles d'organisation territoriale et de développement local avec les acteurs locaux, les exemples concrets de l'équipe Sud Maritime, de la Région Occitanie avec l'UNIV et les villes-ports et territoires pilotes : Gruissan et l'Agglomération du Grand Narbonne, le Barcarès, Narbonne-sur-Mer, Saint-Oyprien et la Communauté de Communes Sud Roussillon, le Grand Narbonne, le Grand Canal, le Canal de la Garonne, la Garonne, la Gironde.
- Les fonds européens de coopération territoriale pour co-construire la route et financer les opérations pilotes, rechercher un développement socio-économique équilibré entre le nord et le sud de la Méditerranée et les IRL.

Philippe Cabaret Auteur-P, Synthèse V3 contribution FPPP modèles du label européen Odyssea Tourisme et Croissance Bleue 3/23

LABEL EUROPEEN DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE ODYSSEA

CAPITALISER LE NOUVEAU « OR BLEU »

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

Les 6 axes stratégiques et d'innovations des plans intégrés au label européen Odyssea®

- **Axe 1.** Un plan d'investissements productifs, innovants et éco-compétitifs de croissance bleue de la Ville-Port du futur. Il concerne l'aménagement exemplaire des destinations portuaires, en lien avec leur EPIC et leur collectivité régionale, pour assurer plus d'attractivité, d'art de vivre et une meilleure qualité urbaine et sociale adaptée avec la mer. Une croissance bleue et verte, innovante et durable, plus respectueuse de l'environnement, de valorisation et la promotion des cultures et savoir-faire locaux.
- **Axe 2.** Un plan de mise en économie du Tourisme Bleu durable, organisé et structuré autour des Villes-Ports, des Routes Bleues navigables et de balades au fil de l'eau. La promotion des sites et des entreprises de l'économie bleue (pêche, agriculture, 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, de valorisation et la promotion des cultures et savoir-faire locaux.
- **Axe 3.** Un plan Qualité et d'accueil plus authentique, innovant, des Destinations Bleues exemplaires. Avec les innovations : Capitaux Culturels Maritimes (CCM) - capitaines, Maisons du Tourisme Bleu visant à développer l'expérience de l'accueil dans les villes portuaires, une montée en gamme des offres et des services et une meilleure accessibilité aux produits et démocratisation des activités.
- **Axe 4.** Le plan d'Objectifs de Développement Durable (ODD) et de la résilience écológicaire grâce au concept innovant Odyssea Protect®. Des moyens intégrant l'organisation de la mobilité douce autour de la synthèse ville-port / territoire rural, la préservation à la protection de l'environnement et de la biodiversité du paysage rural, pendant et après son usage avec le « Passeport Vert® » (PVG). Un écosystème innovant de plateforme multinationale de mobilité douce l'ÉCOAR® pour une meilleure connectivité des sites, des entreprises et de nouvelles expériences en termes d'accessibilité touristique zéro émission de CO₂.
- **Axe 5.** Un plan innovant d'itinéraires européens et de connexions Mer et Terre « Culturel Via Odyssea » et ses Routes Bleues® Mer & Terre. Un plan de numérisation et de médiation numérique des patrimoines, de valorisation des valeurs universelles de l'histoire et des patrimoines maritimes, naturels, géomorphologiques, historiques, 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, des Parcs Nationaux.
- **Axe 6.** Un plan de marketing des 4 valeurs et de marque territoriale de Destination Bleue. Une stratégie de multi-destinations bleues inclusives, 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 avec les médias et les réseaux sociaux dans l'objectif de promouvoir les sites et les entreprises de l'économie bleue, des acteurs associés et professionnels des Routes Bleues mer & terre.

Philippe Cabaret Auteur-P, Synthèse V3 contribution FPPP modèles du label européen Odyssea Tourisme et Croissance Bleue 11/23

LABEL EUROPEEN DESTINATIONS BLEUES D'EXCELLENCE ODYSSEA

« La Fédération Française des Ports de Plaisance, le Groupement Européen Odyssea Tourisme et Croissance Bleue agissent pour le déploiement d'un nouveau Pôle d'Excellence Touristique autour des Villes-Ports, leurs voies et bassins de navigation, leurs Terroirs Mer & Terre, la mise en tourisme durable des nouvelles Routes Bleues de découverte au fil de l'eau de la France et de l'Europe. »

INTRODUCTION

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

En mode projet de territoire, le cadre opérationnel est de réinventer, améliorer, préserver, innover, promouvoir... la FPPP et le Groupement Européen Odyssea Tourisme et Croissance Bleue visent ensemble à concrétiser le 1^{er} « réseau de l'économie du Tourisme Bleu et de la Croissance Bleue et Verte. Ils affirment ainsi la spécificité patrimoniale, sociale et culturelle des Villes-Ports, leurs voies patrimoniales et nautiques de navigation, de la mer, du fleuve... »

L'objectif est à l'horizon 2020, l'organisation et la fédération des élus, entreprises, acteurs... de plus de **500 Villes-Ports - 1200 ports de Plaisance** en France, répartis sur les grands bassins de navigation : Méditerranée, Atlantique, Océan Indien, Caraïbes, Océan Pacifique, sur les voies navigables intérieures et la mise en tourisme durable des nouvelles Routes Bleues patrimoniales Mer & Terre des littoraux le long des 3 façades maritimes françaises estimée à 5 800 km plus celles du littoral des Outre-mer.

Les espaces clés-marchés de l'Union européenne

« ODISSEA » Agit pour redonner le nouvel « Or Bleu »

L'objectif : passer de 7% de prestations du tourisme à 100% de prestations des activités, des loisirs, innovations aquatiques du « Tourisme Bleu » offertes par le « Grand Stade Bleu Nautique » en faveur de la Croissance Bleue, Connexion et les Océans et le Développement Durable.

Organisation Odyssea® en territoire, avec son nouveau thème de Tourisme Bleu® « l'Or Bleu », est un enjeu majeur pour l'Europe et la France : 1^{ère} espace maritime au monde et 1^{er} réseau européen de voies Nautiques. L'ambition de la Croissance Bleue® autour des Villes-Ports dans les modèles du label européen Odyssea® est de devenir à l'horizon 2020, un nouveau pôle touristique des plus importants de France et d'Europe (économie, population, croissance-emploi, attractivité, éthique environnementale, innovation et ruralité). Des Destinations Bleues en capacité de générer un levier pour l'économie et l'emploi, des effets concrets attendus en termes d'innovations productives, d'innovations, d'images, d'attractivité, d'identité et de meilleure gestion durable des sites et des activités.

Philippe Cabaret Auteur-P, Synthèse V3 contribution FPPP modèles du label européen Odyssea Tourisme et Croissance Bleue 4/23

LABEL EUROPEEN 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...

Les 7 valeurs territoriales du label européen Odyssea®

1. L'innovation au service de la croissance bleue et verte.
2. La qualité des usages et une meilleure répartition des richesses et des publics.
3. L'ouverture et l'accessibilité à tout public.
4. La performance économique, l'attractivité des entreprises, la formation et l'emploi.
5. La Qualité, l'accueil, l'authenticité, le partage et l'accès à la connaissance.
6. L'excellence culturelle, patrimoniale, environnementale, le respect et la valorisation des identités et savoir-faire locaux, l'accès à la connaissance du monde maritime.
7. L'évaluation, le parcours et la satisfaction client, l'innovation et la mise en place d'indicateurs de résultat.

Les 6 modèles territoriaux du label européen Odyssea®

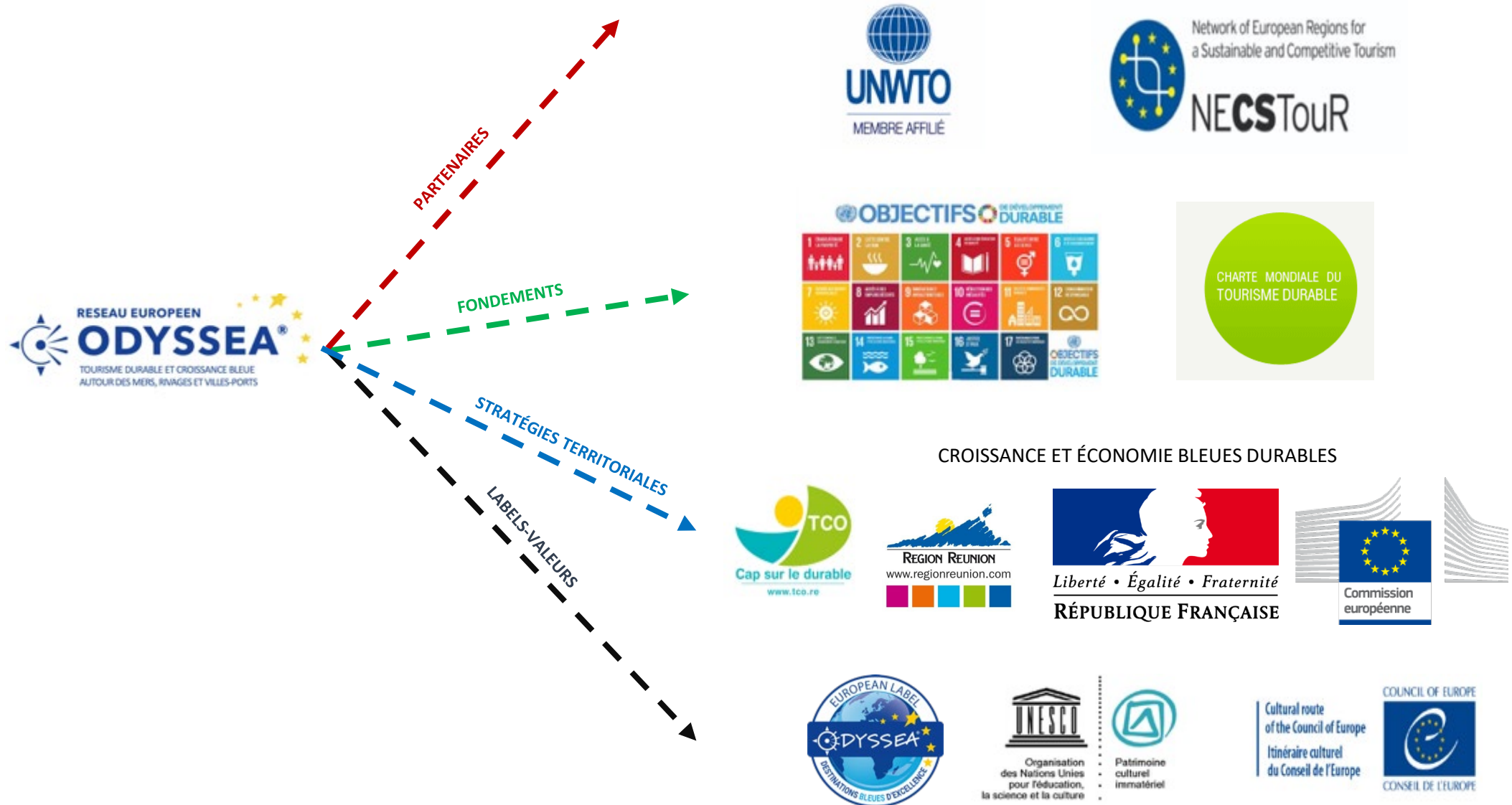
1. **Modèle de gouvernance :** vers un organe en mode « équipe gestion de projet », de planification des opérations intégrées de territoire et partage à public privé, dans une logique de développement local pour et avec les acteurs locaux et dans un modèle innovant à triple hélice associant public - entreprise - recherche.
2. **Modèle d'économie bleue :** implémentation d'un nouveau modèle d'économie de Tourisme Bleu®, de marque territoriale de Destination Bleue et de co-branding Odyssea® - marques régionales, d'entreprises... plus spécialité, identité, responsable, sociale, éthique et solidaire (économie circulaire).
3. **Modèle écológicaire :** d'un tourisme industriel du littoral à un tourisme bleu Mer et Terre, dans une gestion éthique et durable et un meilleur rapport entre les Villes-Ports, les espaces naturels (Mer et Terre), la biodiversité, dans l'organisation des mobilités douces et la médiation des itinéraires patrimoniaux.
4. **Modèle culturel et patrimonial :** un tourisme bleu de traditions, d'accueil, de valorisation et de médiation des cultures, des savoir-faire et du patrimoine local, dans une logique d'itinéraire culturel dans les valeurs et les bonnes pratiques du Conseil de l'Europe et de l'UNESCO.
5. **Modèle temporel :** d'un tourisme de saison concentré à un « Smart Tourisme Bleu® » des 4 saisons, structuré sur sa ville-port, organisant la mobilité et la promotion de ses Routes Bleues® mer & terre, ses offres et services désaisonnalisés.
6. **Modèle spatial :** du concept de station touristique du littoral au concept de « Ville-Port du futur, nouvelle Destination Bleue d'Excellence », dans une innovation d'accessibilité et meilleure connectivité entre la Mer - le port aux hauts pays, aux sites et aux entreprises.

« Une stratégie innovante de Destination Bleue d'Excellence pour un nouveau positionnement d'art de vivre bleu et une signature plus maritime »

SEAU DE LABEL EUROPEEN ODYSSEA

Philippe Cabaret Auteur-P, Synthèse V3 contribution FPPP modèles du label européen Odyssea Tourisme et Croissance Bleue 12/23

(CO) CONSTRUIRE UNE DESTINATION BLEUE D'EXCELLENCE DURABLE ET INCLUSIVE POUR PLUS D'ATTRACTIVITÉ ET D'EMPLOI NON DÉLOCALISABLE À FORTE VALEUR AJOUTÉE POUR LES GÉNÉRATIONS FUTURES





1. **Modèle de gouvernance** : La Communauté d'Agglomération du territoire de la Côte Ouest a défini un organigramme en mode « équipe gestion de projet » pour une planification des opérations intégrées de son territoire dans un mode « public-privé », dans une logique de Développement Local pour et avec les Acteurs Locaux (DLAL) et dans le modèle de la triple hélice (institutions publiques, entreprises et universités / centres de recherche).
2. **Modèle d'économie bleue et de marketing d'itinérance** : Planter un nouveau modèle d'économie de Tourisme Bleu® et de marketing d'itinérance au bénéfice de l'attractivité de la destination Ouest La Réunion et des entreprises locales pour plus d'économie pérenne et d'emploi non délocalisable.
3. **Modèle écologique** : Apporter une réponse aux nouvelles demandes des clientèles touristiques en passant d'un tourisme industriel du littoral à un écotourisme bleu Mer et Terre.
4. **Modèle culturel et patrimonial** : Inscrire la destination Ouest La Réunion dans un tourisme bleu de tradition, de valorisation et de médiation de ses patrimoines, de son histoire, de ses savoir et savoir-faire locaux dans une logique d'itinérance culturelle mer & terre, par la création de Routes Bleues®.
5. **Modèle temporel** : Passer d'un tourisme de masse concentré sur quelques mois à un smart Tourisme Bleu® sur l'ensemble de l'année.
6. **Modèle spatial** : Mettre en place un nouvelle géographie du tourisme en passant du concept de station touristique du littoral au concept de « Ville-Port du futur - Destinations Bleues d'Excellences », dans un nouvelle organisation spatiale vers l'arrière-pays (mer - littoral - mi-pentes et hauts) et le long du littoral entre les villes-ports.
7. **Modèle de marque de Destination Bleues et de marketing territorial** : La marque territoriale Odyssea® est une marque d'envergure internationale qui vise à l'unir l'ensemble des territoires qui applique les modèles Odyssea® Tourisme et Croissance Bleue. Dans la mise en place du marketing territorial défini par le label Odyssea® sur le territoire de la Côte Ouest, cette dernière sera co-brandée avec la marque « France », la marque « île de La Réunion » et la marque « Destination de la Côte Ouest » pour une communication internationale.



1. **Axe 1. Un plan d'investissements productifs, innovants et éco-compatibles de croissance bleue de la ville portuaire durable.** L'objectif est de caractériser l'ambition maritime des villes-portuaires du territoire de la Côte Ouest afin de créer un environnement propice au développement économique durable, solidaire et inclusif par des aménagements urbains innovants et exemplaires.
2. **Axe 2. Un plan de mise en économie par le tourisme bleu durable, organisée et structurée autour des villes portuaires.** La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest et ses villes portuaires ont décidé de travailler à la promotion de leurs sites et entreprises touristiques de l'économie bleue.
3. **Axe 3. Un plan qualité et d'accueil innovant des Destinations Bleues d'Excellence.** La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest et ses villes portuaires souhaitent avec ses « Maisons de la Mer et du Tourisme Bleu® », ses Comptoirs Culturels Maritimes® (capitainerie) et ses Comptoirs d'information Maritimes® (office de tourisme) développer un nouvel accueil pour une meilleure accessibilité aux activités et aux services touristiques.
4. **Axe 4. Un plan d'Objectif de Développement Durable (ODD) et de la résilience écologique grâce au concept innovant Odyssea Protect®.** La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest et ses villes portuaires souhaitent faire de son territoire un territoire pilote en matière de slow tourisme.
5. **Axe 5. Un plan innovant d'itinérance culturelle et environnementale locale et multi-destination en lien avec les grands opérateurs touristiques : les Routes Bleues®.** La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest souhaite s'inscrire plus amplement dans le bassin de navigation de l'océan Indien en devenant un pôle touristique de première importance (escale de départ et d'arrivée) par la création des Routes Bleues® multi-destination dans le respect des normes et des règles des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe et de l'Unesco.
6. **Axe 6. Un plan de marketing innovant fondé sur son identité.** La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest veut développer une stratégie de multi-destinations bleues inclusives et structurées autour d'un cluster des entreprises de l'économie bleue.



1. **Axe 1.** Engager l'ensemble des acteurs (publics et la société civile) dans une démarche collective d'organisation de la filière bleue nautique.
2. **Axe 2.** Faciliter l'accès aux activités pour les enfants, pour la population locale et pour les clientèles touristiques : démocratisation de la pratique, dimension plus patrimoniale, éducative et art de vivre des pratiques.
3. **Axe 3.** Accompagner la création des infrastructures des pôles d'activités de la destination.
4. **Axe 4.** Accompagner le progrès auprès des prestataires touristiques et nautiques.
5. **Axe 5.** Moderniser et requalifier les « ports de plaisance d'avenir ».
6. **Axe 6.** Investir dans de nouveaux équipements innovants et structurants en accord avec les attentes et tendances (favoriser l'expérience, les valeurs, l'art de vivre).
7. **Axe 7.** Structurer une offre et marketing de « Destination Bleue » visant un élargissement des cibles et une plus grande connaissance des activités au niveau de La Réunion, son bassin de navigation et à l'international.
8. **Axe 8.** Construire une stratégie événementielle commune tout au long de l'année.
9. **Axe 9.** Co-produire une stratégie de promotion, communication et un marketing digital commun de « Destination Bleue nautique et aquatique ».
10. **Axe 10.** Promouvoir, distribuer et commercialiser les offres, services, autour d'une plateforme commune de Destination et de Multi-destinations Bleues (bassin de navigation) de réservation et de vente.



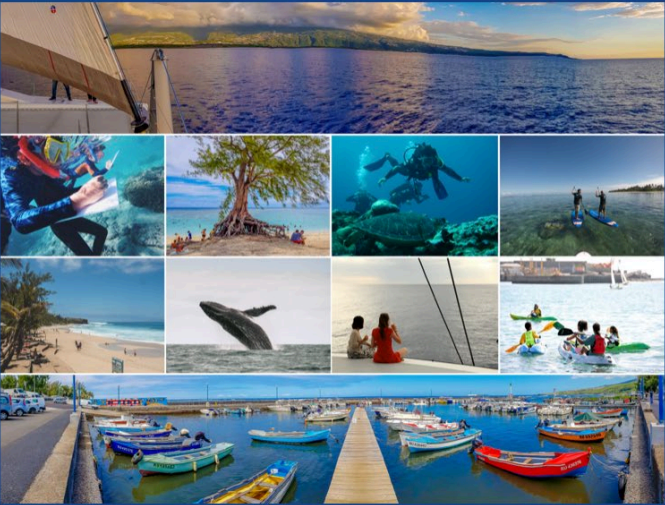
1. De créer une nouvelle gouvernance territoriale de Développement Local par les Acteurs Locaux par le modèle à triple hélice.
2. De développer ses ports de plaisance en matière de tourisme bleu, d'accueil aux plaisanciers, aux croisiéristes, d'art de vivre, la création et la requalification d'aménagements et des équipements productifs et écoresponsables, pour faciliter l'accessibilité à la mer, à la connaissance et à la découverte du patrimoine maritime...
3. De développer son front de mer par des aménagements et des équipements productifs et écoresponsables pour favoriser l'accessibilité à la mer et à la pratique des activités nautiques, aquatiques et subaquatiques, au vivre sur ou à proximité de l'eau...
4. De rendre sa destination unique attractive et concurrentielle en capitalisant sur son histoire maritime et sur un marketing d'itinérance mer et terre au bénéfice de l'ensemble des structures touristiques pour plus d'économie et d'emploi non délocalisable, par l'innovation au service de la croissance bleue durable, la résilience écologique et les ODD.
5. De qualifier sa destination comme un territoire durable, éthique, d'excellence et plus solidaire. Développer les bonnes pratiques du « Pôle d'excellence d'Écotourisme Bleu », par la mise en tourisme durable des Routes Bleues® de destination : meilleure connectivité vers les sites et entreprises du littoral et de l'hinterland, nouvelle expérience de mobilité douce plus ludique par le modèle Odyssea Protect®.
6. De devenir une Escale Patrimoine Phare de l'océan Indien par la création des Routes Bleues® multi-destination autour des 20 items du patrimoine maritime et de la biodiversité définis par le label Odyssea.
7. D'inscrire sa destination Ouest La Réunion dans l'excellence du Tourisme Bleu par le « Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique Odyssea® » et le cluster du Tourisme Bleu® by Odyssea pour redevenir un pôle international en matière de pratique des activités nautiques, aquatiques et subaquatiques.
8. De mettre en synergie les prestataires et les sites touristiques dans une stratégie d'itinérance culturelle et de co-branding par la création du cluster de la « Destination Bleue d'Excellence® » by Odyssea autour des Routes Bleues de destination.
9. De favoriser la performance économique, l'ambition maritime, l'économie circulaire, le développement local, l'attractivité des entreprises, la formation, l'insertion et l'emploi non délocalisable à forte valeur ajoutée.
10. De renforcer la qualité de l'accueil, l'authenticité de la destination Ouest La Réunion, le partage et l'accès à la connaissance pour les populations locales et les clientèles touristiques.
11. D'innover en matière d'accueil touristique et de valorisation culturelle et environnementale de sa destination par la création des Maisons de la Mer et du Tourisme Bleu®.
12. De mettre en synergie la destination Ouest La Réunion et ses prestataires touristiques. Structurer, promouvoir et distribuer des offres, produits, services, des filières d'excellence selon les 5 thématiques d'escales Odyssea : Nautique, Plaisance et Croisière ; Culture et Patrimoine ; Saveurs et Gastronomie ; Nature et Découverte ; Sports, Loisirs et Bien-Être.
13. De garantir l'attractivité de la destination Ouest La Réunion au fil des saisons. Déployer par saison avec les hébergeurs et acteurs engagés, des offres, produits et services d'excellence de slow tourisme.
14. De garantir aux populations locales l'égalité des chances, l'équité homme/femmes et la non-discrimination en termes de création d'emplois, par la mise en place d'indicateurs de résultats.
15. De favoriser l'ouverture et l'accessibilité à tout public des activités touristiques bleues.



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

Ile de La Réunion / océan Indien

CONTRIBUER À LA POLITIQUE MARITIME DE LA RÉGION LA RÉUNION, DE LA FRANCE ET DE L'EUROPE EN MATIÈRE DE TOURISME DURABLE, DE CROISSANCE ET D'ÉCONOMIE BLEUES



LE LIVRE BLEU DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST
ODYSSEA® TOURISME DURABLE ET CROISSANCE BLEUE
MISE EN TOURISME MARITIME & CÔTIÈRE DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST INTÉGRÉE, DURABLE & INCLUSIVE
POUR PLUS D'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION OUEST LA RÉUNION

© Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest et Scic Groupement Européen Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue

© Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Cependant, depuis la fin des années 1970, les milieux naturels sont affectés, voire dans certains cas détruits, par des activités humaines.

Cette dégradation est liée à des changements démographiques globaux mais aussi à certaines activités humaines locales qui agissent sur l'environnement marin et côtier.

C'est pourquoi, à la fin des années 1970, une Réserve naturelle marine est créée sur 40 km de côtes du territoire de la Côte Ouest, la Réserve Naturelle Marine de la Côte Ouest.

La réserve a une surface de 35 km² et s'étend le long de la côte de la Réunion, du cap de la Pointe à la Pointe de la Pointe. Elle est constituée de trois types de zones : littoral, littoral, littoral.

La réserve a une surface de 35 km² et s'étend le long de la côte de la Réunion, du cap de la Pointe à la Pointe de la Pointe. Elle est constituée de trois types de zones : littoral, littoral, littoral.



Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

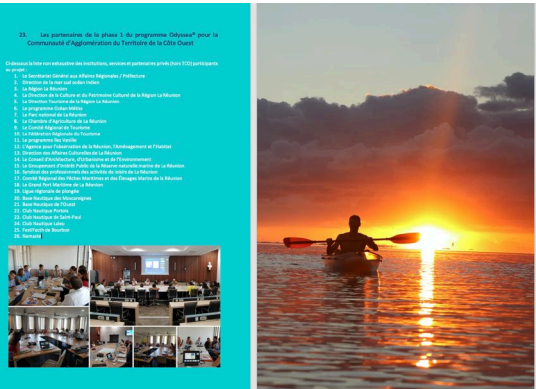
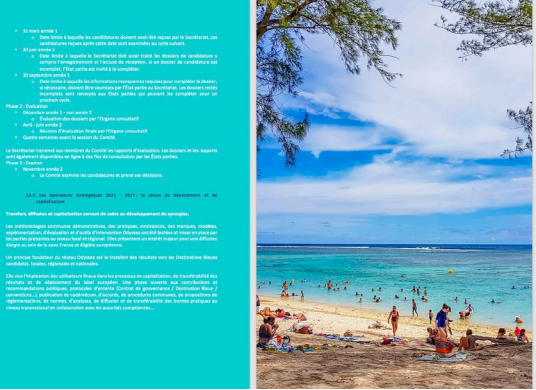
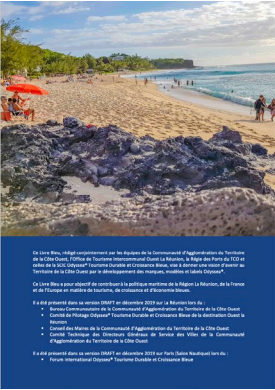
Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

Le Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest



© Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

© Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest

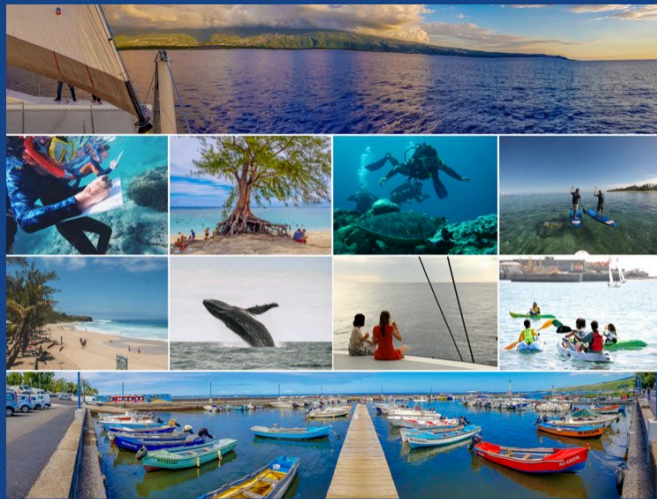
© Scic Groupe Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue pour le Territoire de la Côte Ouest



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

Ile de La Réunion / océan Indien

CONTRIBUER À LA POLITIQUE MARITIME DE LA RÉGION LA RÉUNION, DE LA FRANCE ET DE L'EUROPE EN MATIÈRE DE TOURISME DURABLE, DE CROISSANCE ET D'ÉCONOMIE BLEUES



LE LIVRE BLEU DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST ODYSSEA® TOURISME DURABLE ET CROISSANCE BLEUE

MISE EN TOURISME MARITIME & CÔTIÈRE DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST INTÉGRÉE, DURABLE & INCLUSIVE
POUR PLUS D'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION OUEST LA RÉUNION

1. La vision d'avenir du Président du Territoire de la Côte Ouest
2. Co-construire une nouvelle Destination Bleus d'Excellence durable, inclusive et attractive pour les générations futures
3. Les 15 valeurs ajoutées du label Odyssea® pour la destination Ouest La Réunion pour les 10 ans à venir
4. Le tourisme bleu comme smart spécialisation du développement durable solidaire et inclusif du Territoire de la Côte Ouest
5. Les 10 axes stratégiques pour le développement du Tourisme Bleu® sur le territoire de la Côte Ouest
6. S'inscrire dans les stratégies nautiques et touristiques régionales, nationales et européennes, par le label européen Odyssea®
7. Modifier durablement l'attractivité de la destination Ouest La Réunion autour de la smart spécialisation bleue durable by Odyssea®
8. Pôle territorial 1 - Attractivité de la ville-portuaire - développement urbain intégré aménagements productifs et innovants d'avenir - port de plaisance du futur - croissance bleue durable pour plus d'emploi et d'économie pour le territoire de la Côte Ouest
9. Pôle territorial 2 - Mise en tourisme bleu de la destination Ouest la Réunion par le Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique®. Investir dans des équipements structurants, productifs et écoresponsable, démocratiser l'accès aux activités et développer de nouvelles expériences nautiques et aquatiques
10. Pôle territorial 3 - Offrir aux clientèles touristiques un nouvel accueil de qualité dans les lieux dédiés : la « Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® »
11. Pôle territorial 4 - Écotourisme & mobilité douce - préserver et valoriser la biodiversité - Développer l'écotourisme de destination bleue par Odyssea Protect®
12. Pôle territorial 5 - Inscrire la destination dans son bassin de navigation par les « Routes Bleues® de l'Odysée » de destination et de Multi-destination
13. Pôle territorial 6 - Marketing territorial d'itinérance et de slow de Destination Bleue, Cluster de la Destination Bleue d'Excellence, co-branding public-privé, formation, insertion et professionnalisation des acteurs, Nouvelles Destinations Bleues® inclusives, durables, culturelles et de haute qualité, nouveaux métiers au service des clientèles touristiques
14. Évaluation du projet par des indicateurs dédiés pour une gestion durable des Destinations Bleues d'Excellence Odyssea®
15. Les partenaires de la phase 1 du programme Odyssea® pour la Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest

LES 6
PÔLES TERRITORIAUX
DU LABEL ODYSSEA®



« OFFRIR A SA
POPULATION ET SES
HÔTES VOYAGEURS UN
NOUVEL ART DE VIVRE
BLEU AU FIL DE L'EAU,
DANS LES OBJECTIFS ET LA
VISION D'AVENIR DU
LABEL EUROPÉEN
ODYSSEA »



Pôle territorial 1

Attractivité de la ville-portuaire - développement urbain intégré aménagements productifs et innovants d'avenir - port de plaisance du futur - croissance bleue durable pour plus d'emploi et d'économie pour le territoire de la Côte Ouest

Pôle territorial 2

Mise en tourisme bleu de la destination Ouest la Réunion par le Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique®. Investir dans des équipements structurants, productifs et écoresponsable, démocratiser l'accès aux activités et développer de nouvelles expériences nautiques et aquatiques

Pôle territorial 3

Offrir aux clientèles touristiques un nouvel accueil de qualité dans les lieux dédiés : la « Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® », le « Comptoir Culturel Maritime® » et le « Comptoir d'Information Maritime® »

Pôle territorial 4

Écotourisme & mobilité douce - préserver et valoriser la biodiversité - Développer l'écotourisme de destination bleue par Odyssea Protect®

Pôle territorial 5

Inscrire la destination dans son bassin de navigation par les « Routes Bleues® de l'Odyssée » de destination et de Multi-destination

Pôle territorial 6

Marketing territorial d'itinérance et de slow de Destination Bleue, Cluster de la Destination Bleue d'Excellence, co-branding public-privé, formation, insertion et professionnalisation des acteurs, Nouvelles Destinations Bleues® inclusives, durables, culturelles et de haute qualité, nouveaux métiers au service des clientèles touristiques

LES 6
PÔLES TERRITORIAUX
DU LABEL ODYSSEA®



*« OFFRIR A SA
POPULATION ET SES
HÔTES VOYAGEURS UN
NOUVEL ART DE VIVRE
BLEU AU FIL DE L'EAU,
DANS LES OBJECTIFS ET LA
VISION D'AVENIR DU
LABEL EUROPÉEN
ODYSSEA »*



Pôle territorial 1

Attractivité de la ville-portuaire - développement urbain intégré aménagements productifs et innovants d'avenir - port de plaisance du futur - croissance bleue durable pour plus d'emploi et d'économie pour le territoire de la Côte Ouest





LA POSSESSION
PROJET D'OUVERTURE DU CENTRE-VILLE SUR LE LITTORAL



I. Le bassin de baignade et ses alentours de proximité

1. Le cœur de ce projet est un bassin de baignade un peu plus grand qu'une piscine olympique : 60 mètres de long sur une vingtaine de large. Il pourra accueillir 150 personnes.
2. Une petite plage de galets accompagnera cette structure ainsi que des gradins en béton.
3. Un poste de MNS sera créé pour surveiller les baigneurs.

II. Le village des pêcheurs sera également aménagé en deux parties

1. Village des pêcheurs pour «mettre les barques en vitrine» afin d'en faire un lieu de visite touristique.

III. La Marina

1. En surplomb de ce bassin, construction d'une marina de 250 m2 qui accueillera des restaurants, des snacks et bars lounge.

IV. Plages vertes, jardins littoraux et amphithéâtre

1. Une «plage verte de loisirs »
2. Jardins littoraux.
3. Amphithéâtre

LA POSSESSION
PROJET D'OUVERTURE DU CENTRE-VILLE SUR LE LITTORAL





LE PORT

RÉAMÉNAGEMENT DES DARSES DE LA POINTE DES GALETS EN LIEN AVEC LES PROJETS : PORTES DE L'OcéAN ET PORT CENTER

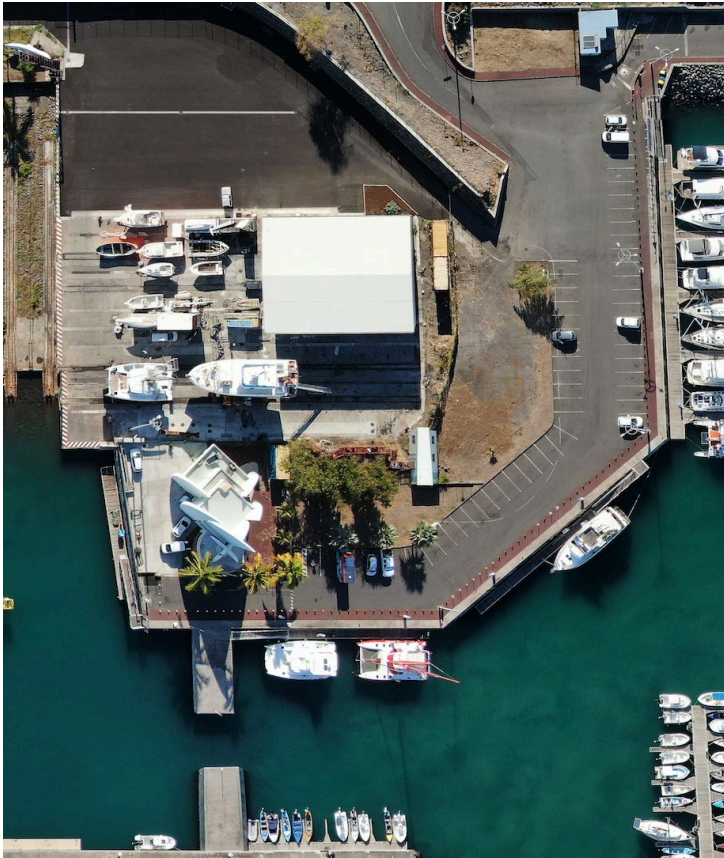
Réaménagement de tout le front de mer dans le cadre des Routes Bleues de l'Odysée



LE PORT

RÉAMÉNAGEMENT DES DARSES DE LA POINTE DES GALETS EN LIEN AVEC LES PROJETS : PORTES DE L'OcéAN ET PORT CENTER

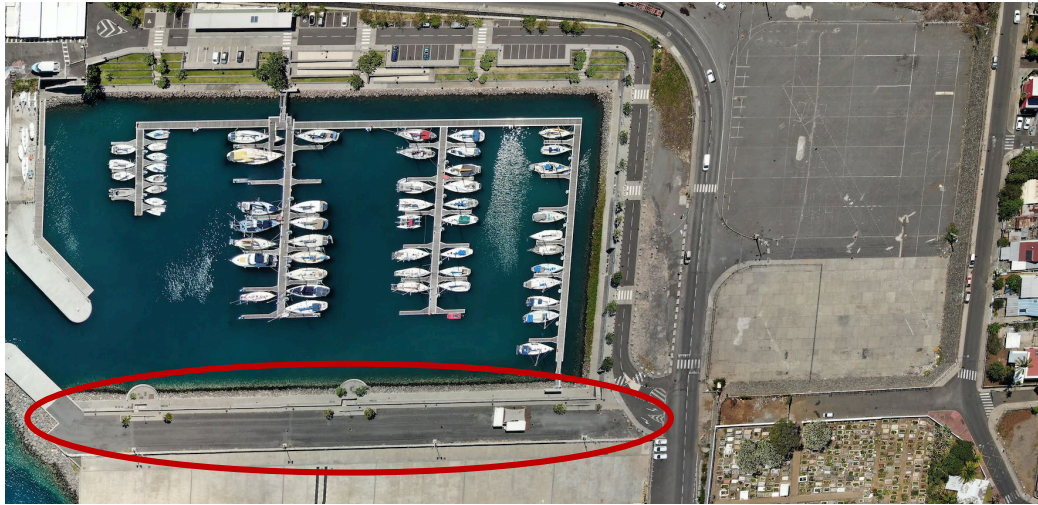
Eco-gare Odyssea Protect



LE PORT

RÉAMÉNAGEMENT DES DARSES DE LA POINTE DES GALETS EN LIEN AVEC LES PROJETS : PORTES DE L'OcéAN ET PORT CENTER

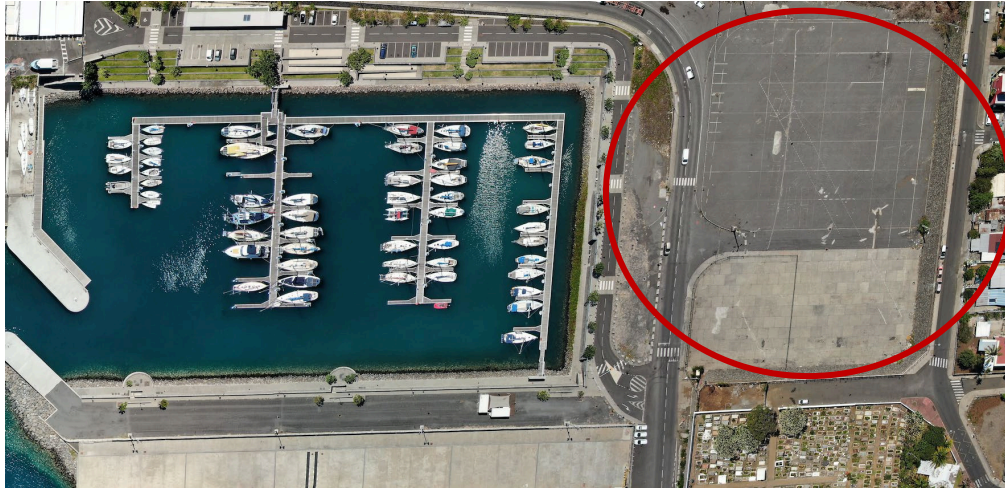
Réaménagement de la darse titan en espace d'art de vivre, de découvertes des offres et des services touristiques



LE PORT

RÉAMÉNAGEMENT DES DARSES DE LA POINTE DES GALETS EN LIEN AVEC LES PROJETS : PORTES DE L'OcéAN ET PORT CENTER

Réaménagement de la darse titan en espace d'art de vivre, de découvertes des offres et des services touristiques



LE PORT

RÉAMÉNAGEMENT DES DARSES DE LA POINTE DES GALETS EN LIEN AVEC LES PROJETS : PORTES DE L'OcéAN ET PORT CENTER

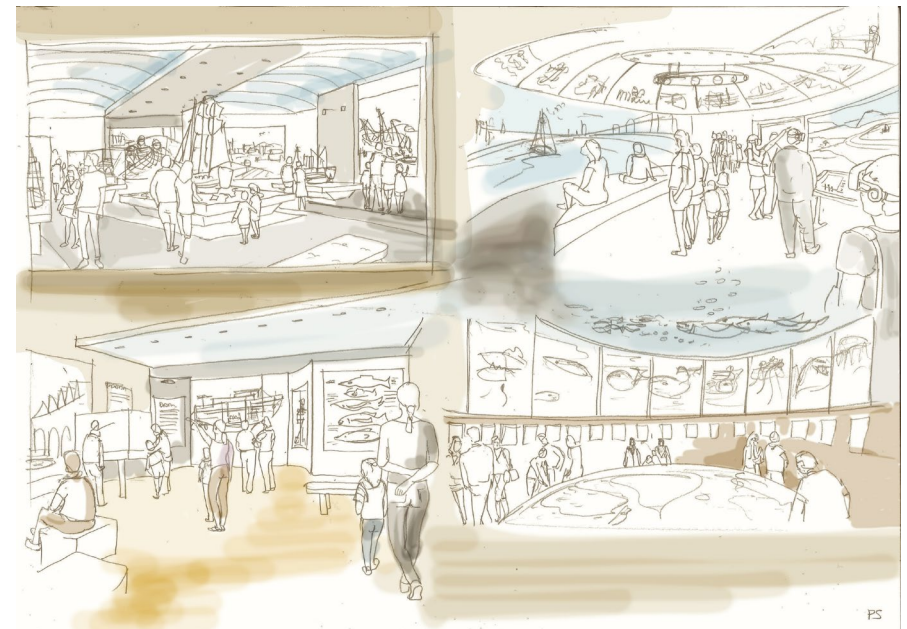
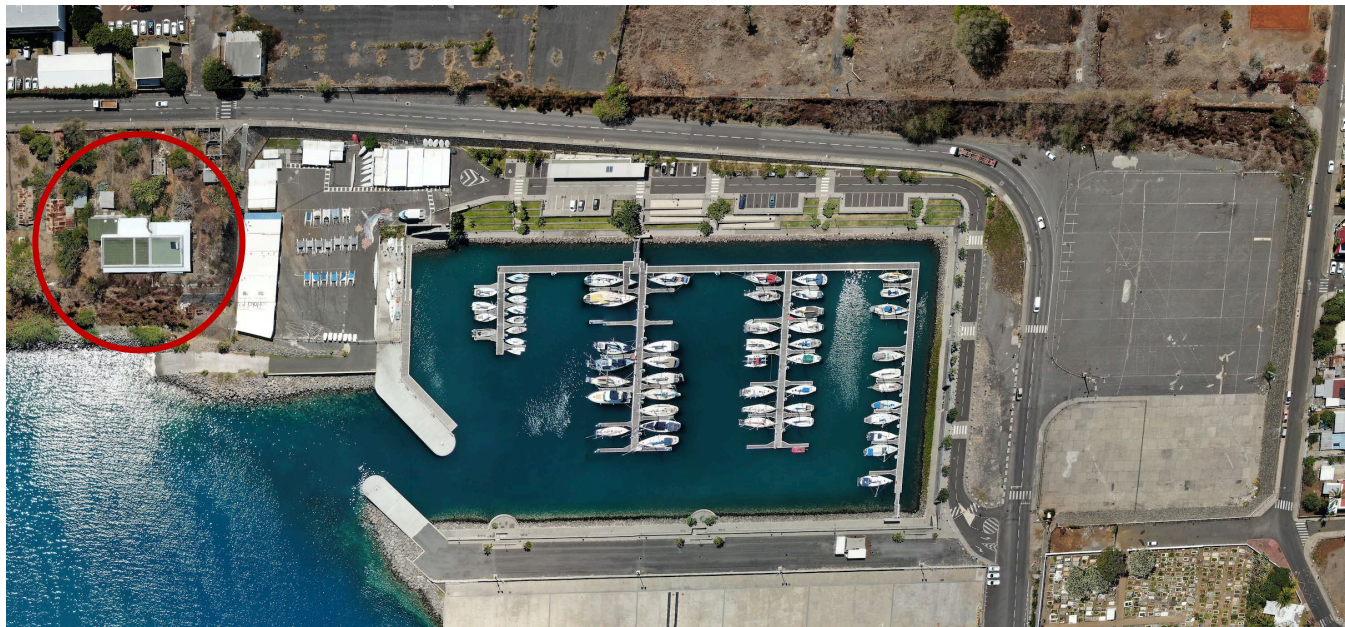
Création d'un bâtiment pour l'école de voile des Mascareignes



LE PORT

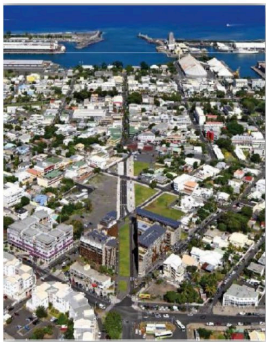
RÉAMÉNAGEMENT DES DARSES DE LA POINTE DES GALETS EN LIEN AVEC LES PROJETS : PORTES DE L'OcéAN ET PORT CENTER

La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu : l'histoire de La Réunion



+ L'opération « Portes de l'Océan »

OUVRIR LA VILLE SUR LA MER



PORT CENTER – 2018/2025

**PORT
CENTER
BY AIVP**

Le Port, membre
fondateur de
l'Association
Internationale des Villes
et Ports (AIVP)



Le Port



la Ville



les Citoyens

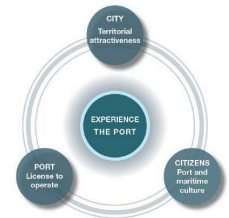
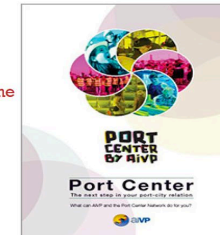
Qu'est-ce qu'un Port Center ?

Véritable interface entre l'infrastructure portuaire et la population, il peut prendre différentes formes (virtuelles, lieu physique, programme d'actions) pour présenter les missions, les projets et les métiers d'un port international.

3 Partenaires principaux :

- la Ville de Le Port
- La communauté d'agglomération: TCO
- L'autorité portuaire: Grand Port Maritime de La Réunion

Un projet en construction
Accord de partenariat signé
en novembre 2018



commune de

Saint-Paul



I L E D E L A R E U N I O N

BERCEAU DU PEUPLEMENT

SAINT-PAUL
FAIRE DE LA BAIE DE SAINT-PAUL UN ESPACE NAUTIQUE ET CULTUREL

Réhabiliter le débarcadère de la baie de Saint-Paul



SP1

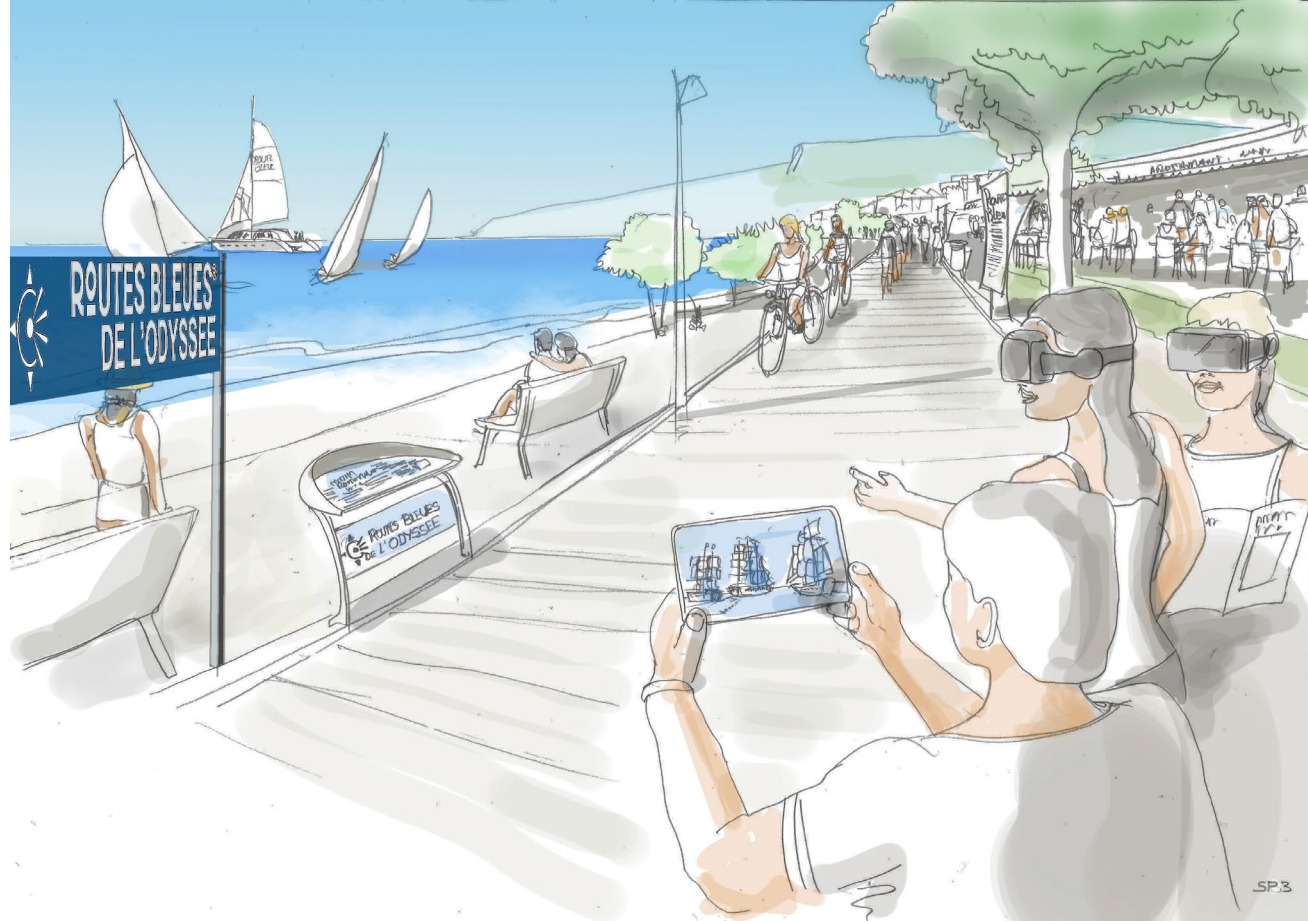
SAINT-PAUL
FAIRE DE LA BAIE DE SAINT-PAUL UN ESPACE NAUTIQUE ET CULTUREL

Développer le front de mer en lien avec les Routes Bleues de l'Odyssée



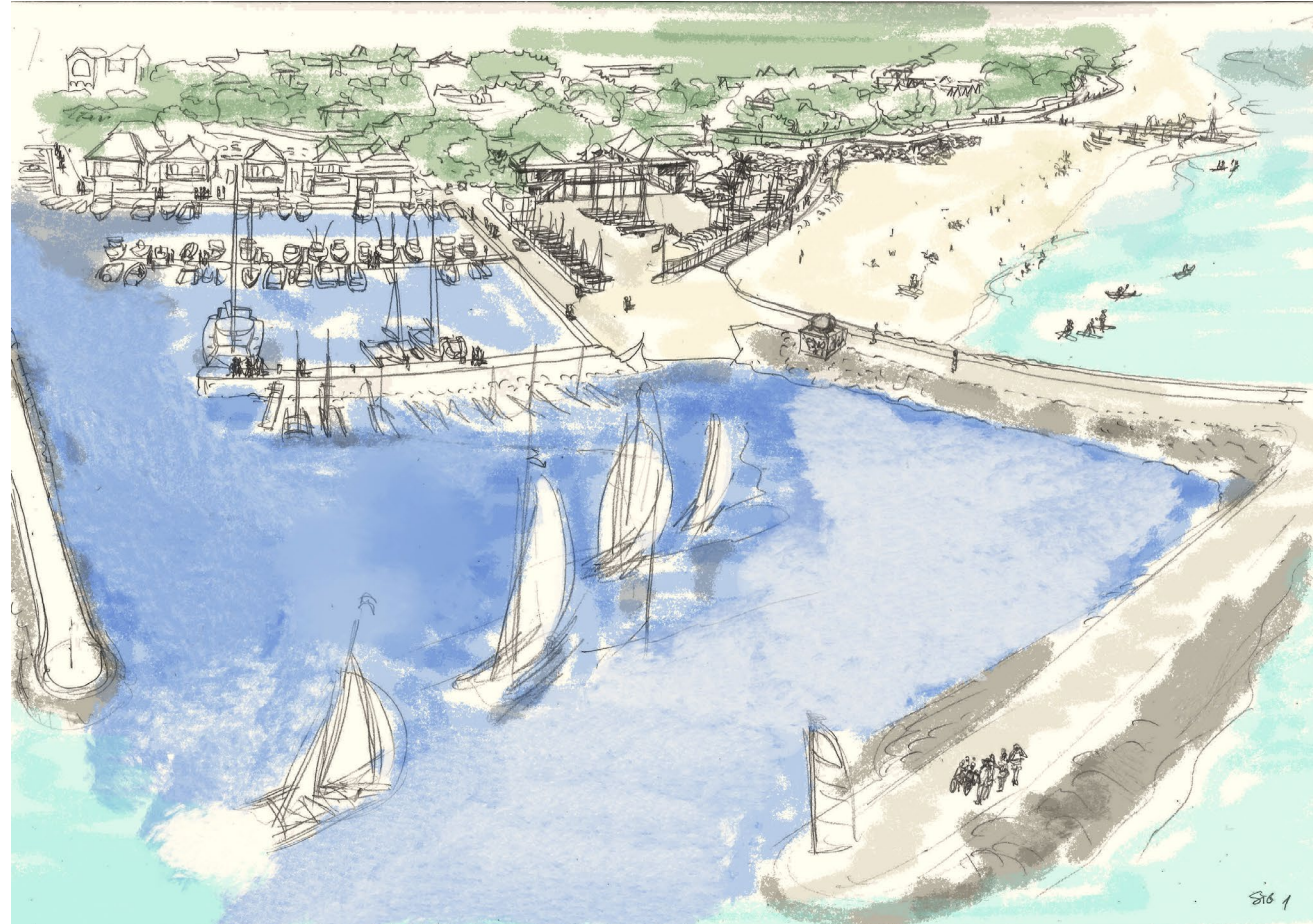
SAINT-PAUL
FAIRE DE LA BAIE DE SAINT-PAUL UN ESPACE NAUTIQUE ET CULTUREL

Développer le front de mer en lien avec les Routes Bleues de l'Odyssée



SAINT-GILLES
FAIRE DU PORT DE PLAISANCE UN HAUT LIEU DU NAUTISME

Réhabiliter l'entrée du port avec la base nautique de l'Ouest



SAINT-GILLES
FAIRE DU PORT DE PLAISANCE UN HAUT LIEU DU NAUTISME

Plage des Roches noires – front de mer



SAINT-GILLES
FAIRE DU PORT DE PLAISANCE UN HAUT LIEU DU NAUTISME

Le quai des pêcheurs



La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu : l'art
culinaire et l'artisanat réunionnais





TROIS BASSINS



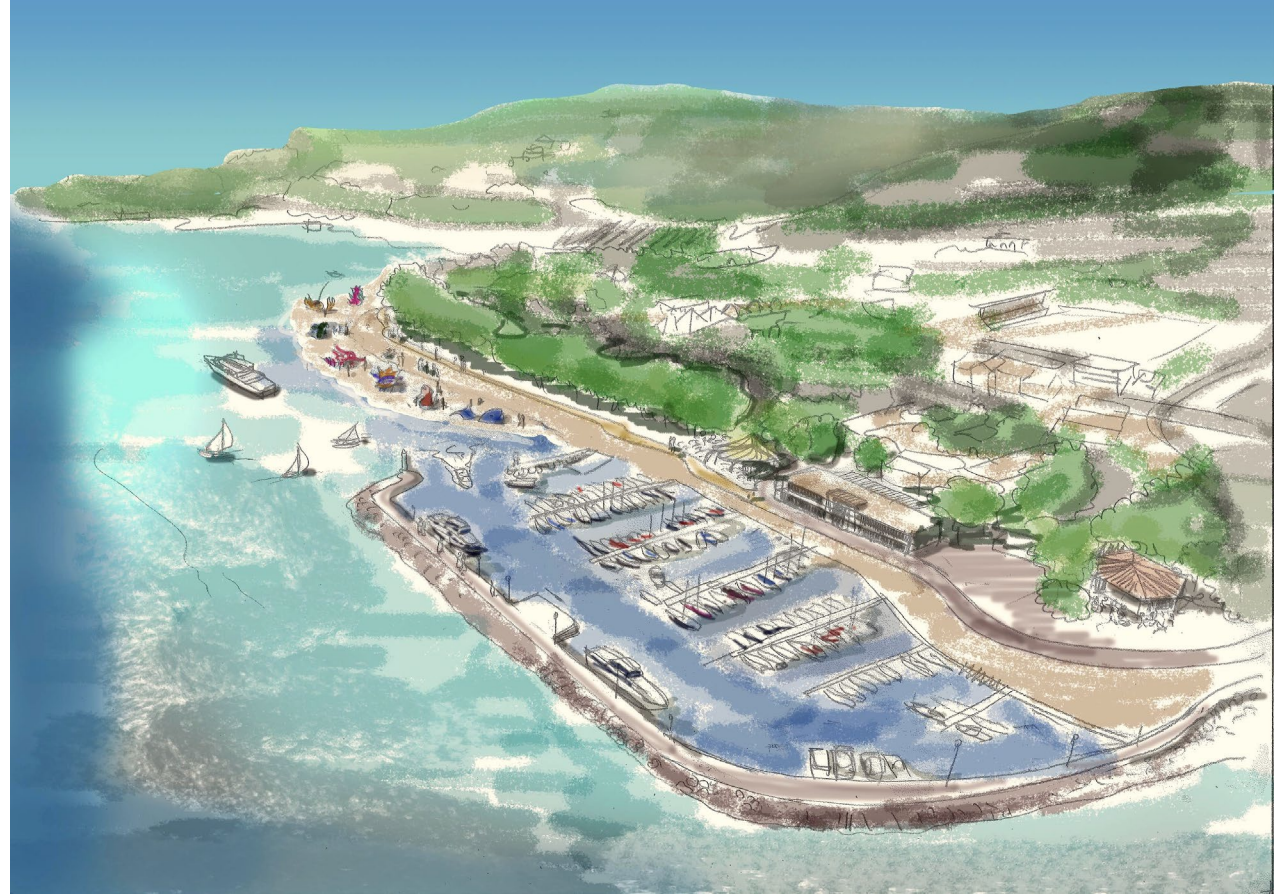


SAINT-LEU

Ville d'émotions

SAINT-LEU
FAIRE DU PORT DE PLAISANCE UN ESPACE BIODIVERSITÉ MARITIME

Réaménager le port de plaisance avec un promenade sur la biodiversité



SAINT-LEU
FAIRE DU PORT DE PLAISANCE UN ESPACE BIODIVERSITÉ MARITIME

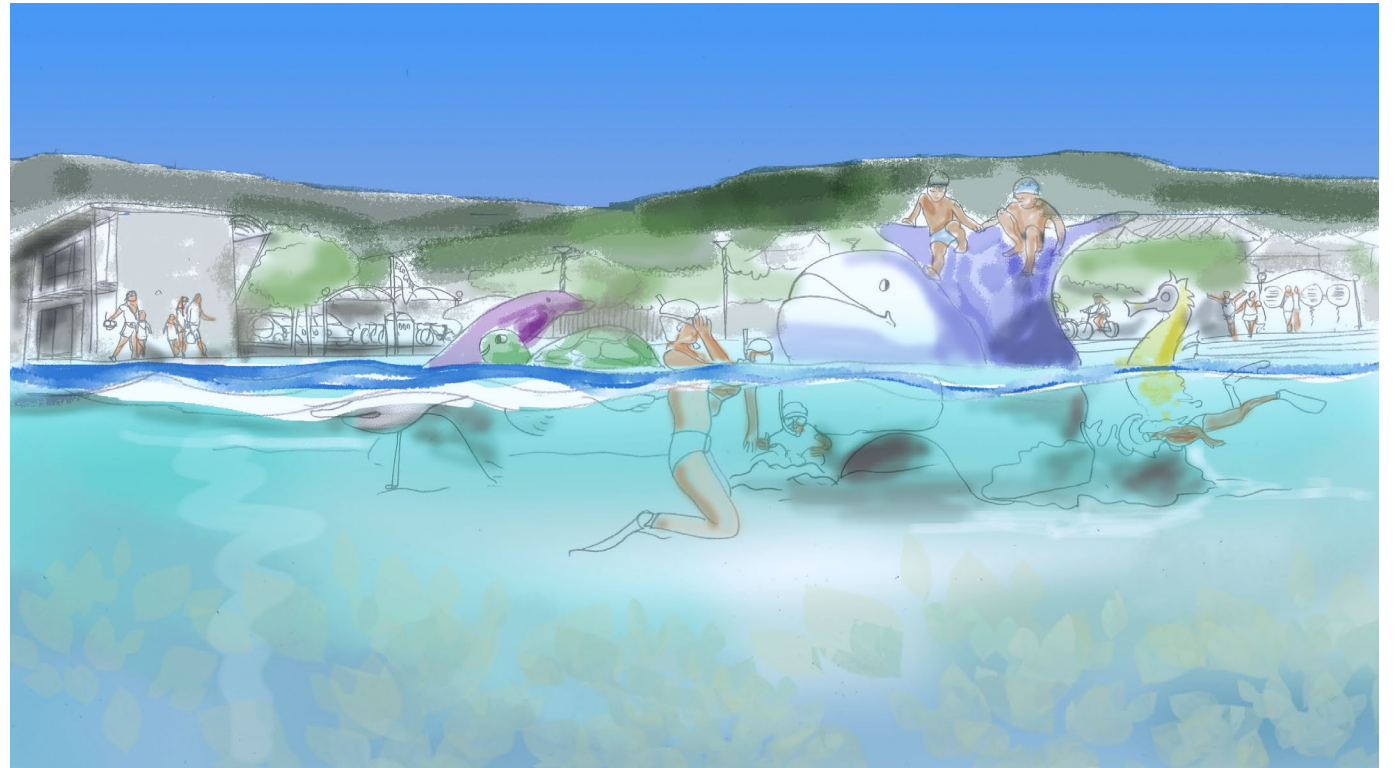
La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu : la biodiversité marine



La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu : la biodiversité marine



Sentier sous-marin



LES 6
PÔLES TERRITORIAUX
DU LABEL ODYSSEA®



*« OFFRIR A SA
POPULATION ET SES
HÔTES VOYAGEURS UN
NOUVEL ART DE VIVRE
BLEU AU FIL DE L'EAU,
DANS LES OBJECTIFS ET LA
VISION D'AVENIR DU
LABEL EUROPÉEN
ODYSSEA »*



Pôle territorial 2

Mise en tourisme bleu de la destination Ouest la Réunion par le Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique®. Investir dans des équipements structurants, productifs et écoresponsable, démocratiser l'accès aux activités et développer de nouvelles expériences nautiques et aquatiques



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

Ile de La Réunion / Bassin de navigation de l'océan Indien

Plan de développement pour une mise en Tourisme Bleu® Durable
de la destination Ouest La Réunion autour du « Grand Stade Bleu
Nautique et Aquatique® » du label européen Odyssea®
« Destinations Bleues d'Excellence »

Document d'orientation stratégique



DOCUMENT STRATÉGIQUE POUR UNE
MISE EN TOURISME BLEU® DURABLE DE
LA DESTINATION OUEST LA RÉUNION

COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest tient à remercier l'ensemble
des personnes qui ont participé à la rédaction de ce document.

Décembre 2019

ATOUTS

1. La biodiversité exceptionnelle de l'océan Indien (baleines, tortues, oiseaux, dauphins...)
2. Les sites de plongée nombreux et d'une grande diversité
3. L'histoire et la culture maritimes de La Réunion qui peuvent être une force pour créer des produits nautiques notamment
4. Un haut lieu du surf mondial avec la vague gauche de Saint-Leu
5. Les îles de l'océan Indien
6. Le lagon / le récif corallien
7. Les professionnels nautiques de qualité
8. La possibilité de pratiquer la voile toute l'année (plus de 300 jours) sauf en période de conditions cycloniques
9. Les conditions de navigation variée ce qui permet une pratique différenciée de la voile
10. Les conditions météorologiques facilitant la découverte des pratiques nautiques avec une eau chaude tout au long de l'année
11. La possibilité de pratiquer le kite et la planche à voile plus de 250 jours par an
12. Un des rares endroits au monde où on peut faire du surf ski (dans le sens de la mer et du vent)
13. De Saint-Gilles à la Pointe des Galets, les conditions de navigation sont très favorables à la balade et à la découverte du nautisme
14. La baie de Saint-Paul est le meilleur plan d'eau de l'île pour la pratique de la voile légère et de l'habitable grâce à une brise thermique régulière et une situation protégée des houles australes et alizées.
15. La proximité des nombreux spots de plongée
16. La présence des cétacés proche des ports
17. Les ports de Saint-Leu et de Saint-Gilles proches des plages
18. Des prestataires d'activités nautiques, aquatiques et subaquatiques dans les ports
19. Un plan d'eau varié (lagon, pleine mer) sur la côte sous le vent
20. Le rayonnement national et international de La Réunion grâce à des sportifs professionnels de la mer de haut niveau
21. La Réserve naturelle marine qui donne une image positive à La Réunion
22. Une position géographique avec peu de concurrence dans la zone
23. Une des plus beaux bassins de navigation au monde (océan Indien)
24. Une offre globale de qualité
25. Variété de sites et de conditions nautiques de type hawaïen

FAIBLESSES

1. Le manque d'équipements légers facilitant les entrées et les sorties des territoires pour avoir accès à la mer.
2. Le manque d'équipements structurants notamment dans les ports de plaisance pour faciliter l'accessibilité à la mer
3. Le manque d'équipement non portuaires pour développer le cabotage (Zones de Mouillage organisé, marines...)
4. Le vieillissement des équipements portuaires
5. Le manque d'animation dans les ports de plaisance
6. Le manque de synergie entre les ports de plaisance pour favoriser le cabotage
7. Les phénomènes climatiques exceptionnels et de grande envergure qui abîment les équipements
8. Le mille-feuille administratif qui bloque les investissements
9. Le manque de sécurisation des ouvrages portuaires.
10. L'accessibilité aux ports difficile (embouteillages, stationnement)
11. Les équipements vieillissants des clubs, bases et associations nautiques
12. Une faible diversité des offres nautiques
13. Le manque d'animation et d'événementiels
14. Le manque de un ou deux événements internationaux qui donne un image de destination nautique à La Réunion (Route du Rhum, le Tour des Yoles...)
15. La perception par la population réunionnaise d'un océan difficile d'accès
16. Le bassin de navigation autour de La Réunion n'est pas identifié
17. La concurrence en matière de pratiques nautiques de Maurice
18. Une concurrence forte en matière d'image des Seychelles, de Maurice ou encore des Maldives
19. L'éloignement des îles voisines pour le développement du cabotage (à l'exemple des Antilles)
20. La pratique des ports nautiques développée mais peu structurée
21. Le manque de formation en matière d'accueil des clientèles touristiques dans les structures faisant des offres
22. Les coûts de certaines activités de loisir et récréatives pour les habitants
23. Une communication faible par rapport aux sports de nature vert
24. La difficultés de développer des infrastructures de baignade sécurisée



OPPORTUNITÉS

1. Devenir un pôle de recherche mondial sur les phénomènes climatiques
2. Travailler à créer un tourisme scientifique autour de la biodiversité maritime exceptionnelle de La Réunion (Globice et Kélonia)
3. Créer un fab lab sur le problème requin pour améliorer les connaissances et innover en matière de protection des pratiquants
4. La gestion des ports de plaisance par une entité unique
5. Les travaux de remise en état par le TCO des ports de Saint-Leu et de Saint-Gilles
6. Par les « Routes Bleues » de l'Odyssée », mettre en réseau les ports en faveur de l'itinérance
7. Développer l'accessibilité à l'océan pour engendrer un effet « boule de neige »
8. Permettre aux ports de jouer un rôle plus important comme pôle d'attractivité
9. Profiter des conditions propices de l'océan pour créer des animations et des évènements valorisant le plan d'eau
10. Les ports de plaisance du Territoire de la Côte Ouest en pleine évolution touristique
11. La création du Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique® et les Stades Bleus Nautiques et Aquatiques locaux
12. Le programme Odyssée, comme 1^{er} label du Tourisme Bleu® Durable
13. Les Maisons de la Mer et du Tourisme Bleu pour valoriser les pratiques nautiques
14. La volonté du développement de la culture maritime de la part de l'État par l'accompagnement de la « Génération Océan »
15. Stabilité politique et sécurité pour les tourmondistes
16. L'appartenance à la France et à l'Europe, un atout important vis-à-vis du marché international
17. Le cadre réglementaire et financier du supra territorial satisfaisant même si ce dernier peut-être optimiser
18. Une prise en compte de la mer comme moteur du tourisme de la part des institutions régionales
19. Un véritable engouement des jeunes réunionnais pour l'eau et la mer malgré le contexte par le travail des clubs et des bases nautiques
20. Variété des sites favorables pour développer et tester de nouveaux produits et concepts nautiques
21. Développer des produits nautiques de niches, innovants et uniques autour de la biodiversité maritime exceptionnelle pour devenir l'un des pôles mondiaux d'écotourisme bleu
22. Faire du Territoire de la Côte Ouest dans un partenariat régional un pôle d'expérimentation sur des matériels en conditions extrêmes
23. Devenir le pôle sportif « France » dans l'océan Indien sur certaines pratiques nautiques
24. Créer des produits nautiques multi-destination avec les îles de proximité
25. Une véritable volonté des professionnels nautique de construire une offre de pratique nautique structurée
26. De nombreux projets de régates
27. Des solutions pour lutter contre les attaques de requins de plus en plus performantes



MENACES

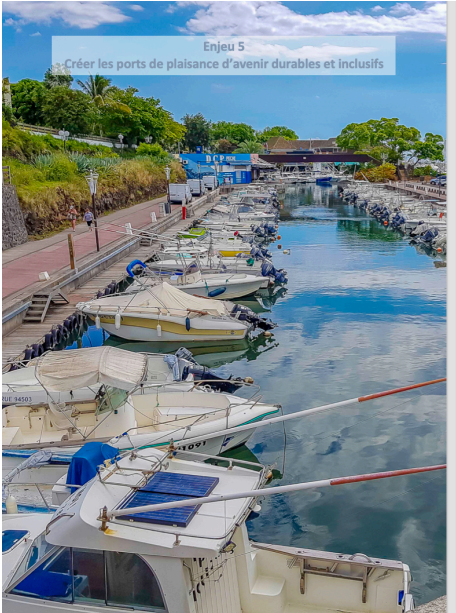
1. Les phénomènes climatiques
2. Les aspects sécuritaires qui sont difficiles à entretenir
3. La pêche industrielle
4. La non prise en compte des besoins des clubs et bases nautiques
5. Législation régulant les activités nautiques dans le cadre du problème requin
6. Le problème requin avec l'arrêté préfectoral
7. Une communication négative liée au problème requin
8. Trop de monde dans le lagon et le risque en matière de préservation de la biodiversité
9. Pression démographique sur le littoral et explosion des coûts immobiliers en bord de mer, rendant les nouveaux projets compliqué à financer et à mettre en œuvre
10. Les changements climatiques qui nuisent aux habitats naturels



- **Enjeu 1 : Démocratiser les pratiques nautiques**
Démocratiser et rendre plus lisibles auprès des populations locales et des clientèles touristiques les pratiques nautiques.
8 objectifs - 19 actions
- **Enjeu 2 : Investir pour le développement des pratiques nautiques**
Se donner les moyens de développer et fédérer par des investissements innovants, productifs et écoresponsables l'offre des pratiques nautiques.
5 objectifs - 13 actions
- **Enjeu 3 : Positionner les pratiques nautiques en termes d'image de destination Ouest La Réunion**
Positionner les pratiques nautiques parmi les secteurs économiques, patrimoniaux et moteurs de l'image de la Destination.
5 objectifs - 15 actions
- **Enjeu 4 : Développer l'économie bleue**
Rendre les pratiques nautiques plus motrices pour l'économie et l'attractivité du Territoire, avec l'intégration de l'ensemble des entreprises et des acteurs via la création du « Cluster du Tourisme Bleu nautique by Odyssea® ».
2 objectifs - 6 actions
- **Enjeu 5 : Requalifier les ports de plaisance**
Faire des « ports de plaisance d'avenir », de nouveaux espaces d'art de vivre, de culture, d'organisation et de promotion collective des activités du Tourisme Bleu, par des investissements productifs.
7 objectifs - 44 actions
- **Enjeu 6 : Défendre l'environnement et la biodiversité**
Intégrer et adopter une gestion durable et responsable du Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique® et des pratiques.
1 objectifs - 8 actions
- **Enjeu 7 : Valoriser le patrimoine maritime**
Faire du patrimoine maritime du Territoire de la Côte Ouest un axe de développement des pratiques nautiques.
1 objectif - 4 actions
- **Enjeu 8 : Former les acteurs locaux**
Former les acteurs locaux aux nouvelles demandes des clientèles touristiques.
1 objectif - 4 actions

Rédaction d’un plan de développement pour une mise en Tourisme Bleu® Durable de la destination Ouest La Réunion autour du « Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique® » du label européen Odyssea® « Destinations Bleues d’Excellence »

9. Enjeu 1 - Démocratiser les pratiques nautiques Démocratiser et rendre plus lisible auprès des populations locales et des clientèles touristiques les pratiques nautiques.
1er objectif Organiser l'espace maritime de la Côte Ouest pour favoriser la pratique des activités nautiques et aquatiques
Actions : 1. Définir l'organisation spatiale des activités nautiques à l'échelle de la destination Ouest La Réunion par les Grands Stades Bleus Nautiques et Aquatiques®. 2. Créer et développer le Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique® du Territoire de la Côte Ouest, ses Stades Bleus locaux et ses spots de pratiques, avec l'Institut Régional du Tourisme de la Réunion au travers du Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires, du Plan Local d'Urbanisme, du Schéma de Mise en Valeur de la Mer, du Schéma d'Aménagement Régional, du Schéma de Cohérence Territoriale en lien avec les contrats de filières du Schéma Régional de Développement et d'Aménagement Touristique de La Réunion sur l'axe stratégique B5 « engager une politique de contrat de filière ».
2ème objectif Élargir l'offre de pratiques et de services
Actions : 1. Favoriser la pluridisciplinarité des offres des entreprises privées, des bases, des clubs et associations nautiques en diversifiant les supports d'activités et de pratiques, afin de mieux répondre aux demandes des pratiques différentes selon les âges des pratiquants (clientèle réunionnaise et touristique), par des mesures incitatives (aides financières, délocalisation...). 2. Favoriser le développement de services facilitant les pratiques nautiques (préparation du bateau ou du matériel nautique, réservation du matériel, réservation des activités...) : les « spoke » du Tourisme Bleu® Durable (conciergeries) par des mesures incitatives à destination des entreprises privées, bases, clubs et associations nautiques pour développer les pratiques nautiques. 3. Construire une offre de Tourisme Bleu collective et coordonnée entre l'Office de Tourisme Ouest La Réunion, le Comité Régional du Tourisme de La Réunion, les prestataires, clubs, bases et associations nautiques autour d'une gamme de produits, d'offres et de services en relation avec les clubs, clientèles sociables et leurs demandes (écotouristiques, innovations, multi-activités, détente...). 4. Construire une gamme de produits touristiques et écotouristiques innovants et expérimentels avec l'Institut Régional du Tourisme de la Réunion.
3ème objectif Développer l'apprentissage collectif
Action : 1. Développer une offre de pratique sur des bateaux collectifs favorisant l'autonomie et l'accessibilité des pratiquants, par des investissements publics ou privés.
2678



4ème objectif Sécuriser les pratiques nautiques
Action : 1. Créer un plan d'actions pluriannuel avec la Société Nationale de Sauvetage en Mer de La Réunion pour sécuriser les pratiques nautiques (Journées de formation, communication...).
5ème objectif Développer l'accessibilité des pratiques nautiques pour tous
Action : 1. Améliorer l'accueil individuel des personnes handicapées au sein des centres nautiques, clubs et associations en menant une réflexion autour du label Tourisme et Handicap.
6ème objectif Moderniser les flottes et les clubs
Actions : 1. Mettre en place un plan d'urgence de modernisation des outils de pratique des bases et clubs de voile. 2. Réaliser sous 10 ans un programme exhaustif de restructuration et de rénovation des bases nautiques.
7ème objectif Promouvoir l'attractivité du nautisme aux jeunes Réunionnais
Actions : 1. Promouvoir la pratique nautique par une communication ciblée auprès des jeunes Réunionnais. 2. Soutenir le développement d'événements nautiques en milieu scolaire. 3. Soutenir les clubs et les associations à développer leur offre de pratique nautique afin de répondre aux attentes des jeunes Réunionnais (évolution des pratiques avec l'âge). 4. Lancer des jeux nautiques inter-écoles en collaboration avec les clubs, associations, entreprises privées (régate, spoke, course de paddle, de natation...). 5. Continuer à soutenir le développement de sections scolaires de collège et de lycée de pratiques nautiques. 6. Faciliter le développement d'offres nautiques financièrement accessibles à destination des populations les plus précaires (prise en compte des revenus familiaux), par des partenariats publics/privés avec les entreprises privées, les bases, les clubs et associations nautiques (aides Région - État - Europe) avec l'Institut Régional du Tourisme de la Réunion.
2678

13. Enjeu 5 - Créer les ports de plaisance d'avenir durables et inclusifs Faire des ports de plaisance des espaces d'art de vivre, de culture et de promotion du Tourisme Bleu® dans un accueil zéro défaut auprès des utilisateurs
1er objectif Pour une meilleure valorisation des ports de plaisance et des entreprises
Actions : 1. Définir un plan d'investissements de modernisation pour une montée en gamme des ports de plaisance sur les 10 ans à venir, en fonction des utilisateurs des ports (plaisance, grande plaisance, croisiéristes). 2. Mieux intégrer les prestataires nautiques dans l'espace portuaire. 3. Développer les accès à la mer pour les professionnels des pratiques nautiques. 4. Valoriser les bâtiments portuaires, par une recherche de qualité architecturale et paysagère. 5. Apporter le plus grand soin aux éléments composant l'espace public du port (aménagement paysager, aménagement de lieux publics, éclairage). 6. Sécuriser les ports de plaisance contre les éléments naturels propres à La Réunion, par des investissements durables et écoresponsables. 7. Travailler à la qualité architecturale des commerces sur le port. 8. Favoriser les investissements des professionnels présents par des aides de Région, d'État ou d'Europe. 9. Assurer la visibilité et la lisibilité de l'offre des entreprises du nautisme par une signalétique directionnelle et touristique. 10. Investir dans des équipements pour favoriser une accessibilité à la mer pour tous. 11. Faciliter l'installation de nouveaux opérateurs économiques dans les ports.
2ème objectif Construire un positionnement image
Actions : 1. Définir une stratégie marketing d'attractivité pour les 3 ports de plaisance du Territoire de la Côte Ouest. 2. Valoriser au sein du domaine portuaire la culture et le patrimoine maritimes vus de la mer, comme fil rouge de positionnement image de la destination Ouest La Réunion. 3. Créer une politique d'événementiels sur le domaine public portuaire. 4. Créer des espaces d'animation.
3ème objectif Intégrer les ports dans le développement et la géographie locaux
Actions : 5. Faire des ports de plaisance les portes d'entrée de la destination Ouest La Réunion et de La Réunion dans son ensemble (lien mer - terre). 6. Créer les Maisons de la Mer et du Tourisme Bleu® By Odyssea sur les 3 ports de plaisance du Territoire de la Côte Ouest, avec des thématiques bien définies et complémentaires. 7. Réfléchir aux accès et dessertes du port, notamment par la mise en place d'un plan des circulations. 8. Travailler à des continuités urbaines avec le reste de la cité portuaire. 9. Développer les éco-gares Odyssea Protect pour une mobilité zéro émission de CO₂.
4278

4ème objectif Devenir le pôle sportif « France » dans l'Océan Indien de certaines pratiques nautiques
Actions : 1. Investir dans des pôles nautiques en lien avec les fédérations nautiques nationales, régionales et le ministère des Sports. 2. Mettre en œuvre une nouvelle dynamique des sports nautiques de compétition pour les jeunes Réunionnais. 3. Mettre en place des partenariats publics/privés de sponsoring à destination des jeunes Réunionnais pour se former à la pratique nautique de compétition.
5ème objectif S'inscrire dans une transition écologique
Actions : 1. Développer des services communs pour favoriser les pratiques nautiques : les conciergeries avec les « Sallors » du Tourisme Bleu. 2. Incrémenter l'offre, la mettre en marché et la promouvoir. 3. Faire de la capitainerie un lieu d'accueil et d'information zéro défaut. 4. Former les agents d'accueil à l'offre touristique de la destination Ouest La Réunion.
6ème objectif Améliorer l'accueil des croisiéristes à la pointe des Galets
Actions : 1. Investir dans le port de la pointe des galets pour un accueil croisière zéro défaut.
4278

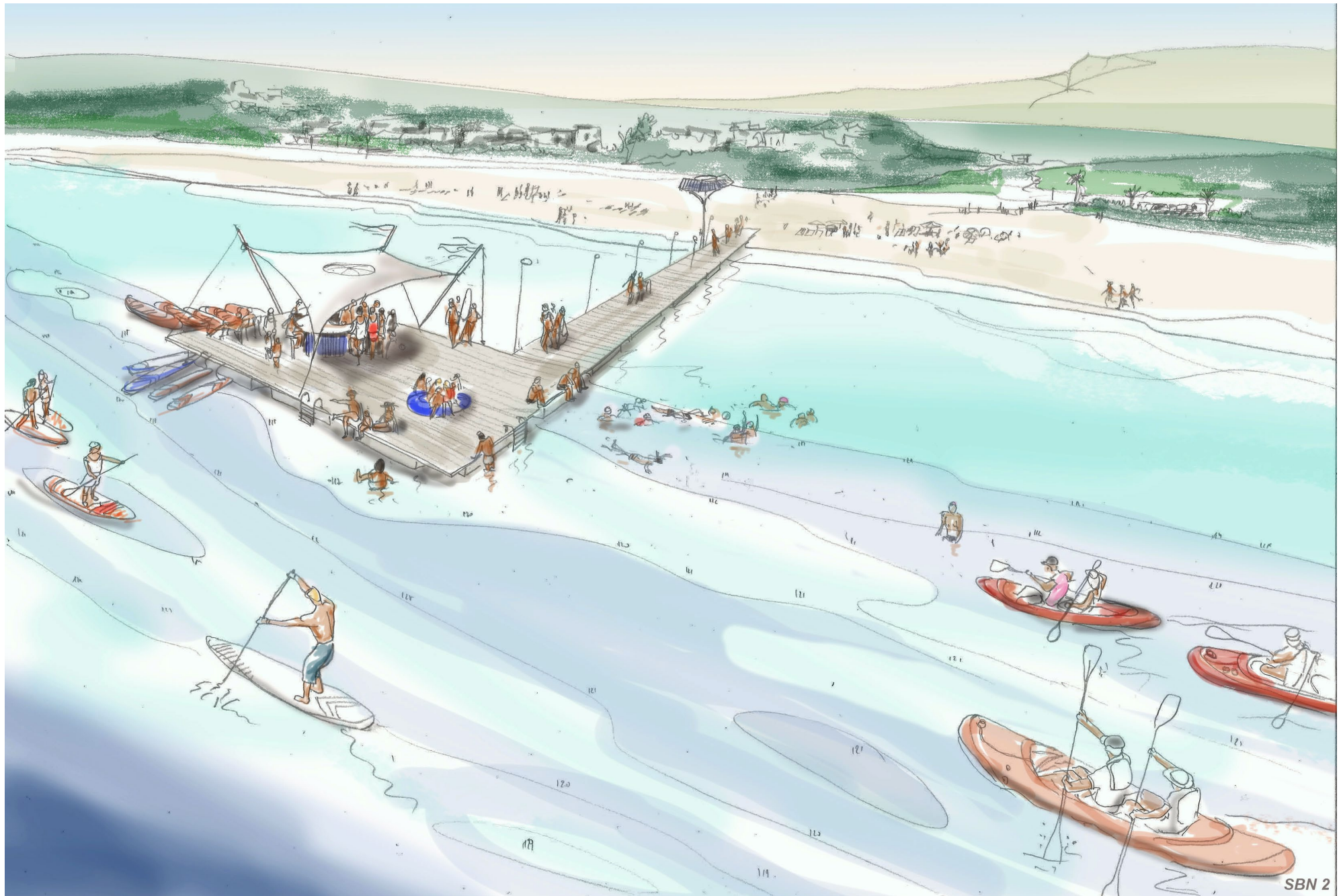
**LE GRAND STADE BLEU NAUTIQUE & AQUATIQUE
DESTINATION BLEUE OUEST LA RÉUNION**



Les Stades Bleus Nautiques et Aquatiques locaux

1. Le Stade Bleu du littoral Portoïis
2. Le Stade Bleu de la baie de Saint-Paul
3. Le Stade Bleu de Saint-Gilles les Bains
4. Le Stade Bleu de la baie de Saint-Leu
5. Le Stade Bleu de l'étang de Saint-Paul





LES 6
PÔLES TERRITORIAUX
DU LABEL ODYSSEA®



*« OFFRIR A SA
POPULATION ET SES
HÔTES VOYAGEURS UN
NOUVEL ART DE VIVRE
BLEU AU FIL DE L'EAU,
DANS LES OBJECTIFS ET LA
VISION D'AVENIR DU
LABEL EUROPÉEN
ODYSSEA »*



Pôle territorial 3

Offrir aux clientèles touristiques un nouvel accueil de qualité dans les lieux dédiés : la
« Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® », le « Comptoir Culturel Maritime® » et le
« Comptoir d'Information Maritime® »

Conscient que les attentes des clientèles touristiques changent, la Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest souhaite se lancer pour les 10 ans à venir dans un plan stratégique en matière d'accueil des clientèles touristiques, qu'elles soient locales, nationales ou internationales.

Le marché du tourisme est soumis, depuis quelques années, à un bouleversement des comportements des clientèles touristiques, qui nécessite une adaptation constante de l'accueil, notamment en termes de qualité.

La pénétration d'internet en tant que vecteur d'information sur les destinations et les produits touristiques a changé la perception de l'offre touristique mondiale.

Ce phénomène a développé chez le consommateur une capacité d'autonomie mais surtout une forte sensibilité au rapport qualité/prix devenu facile à comparer.

Les territoires se trouvent aujourd'hui face à des visiteurs avertis que les expériences de voyages ont rendu exigeants : notamment en termes de qualité de l'accueil, la sécurité, l'originalité des offres touristiques et des services.

Pour répondre à ce nouveau tourisme, le label Odyssea propose 3 nouveaux pôles touristiques.

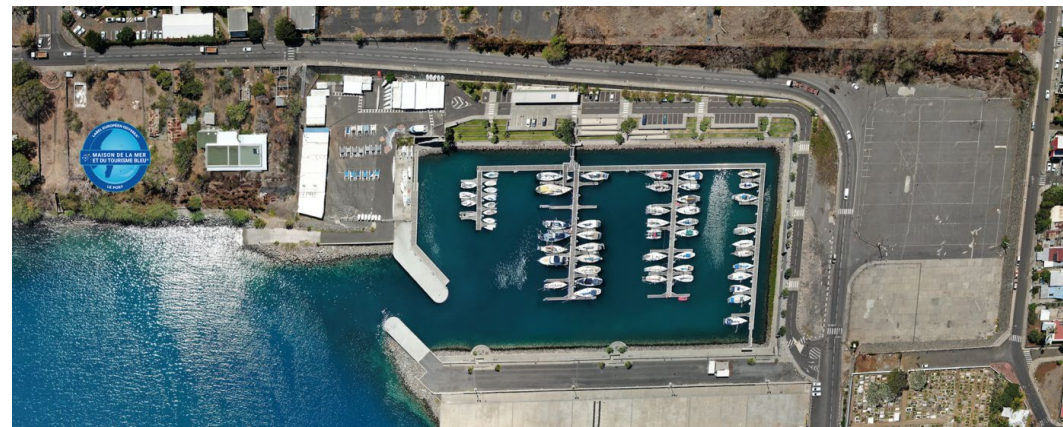
- Inventer la capitainerie du 21^{ème} siècle, le « Comptoir d'Information Maritime ». L'objectif du « Comptoir d'Information Maritime » est de faire de la capitainerie un véritable pôle d'information touristique, par une montée en gamme de son accueil et de ses services, afin de répondre aux nouvelles demandes des plaisanciers qui ne sont plus seulement liées au volet technique de la plaisance mais aussi à la découverte de la destination.
- Intégrer au sein de l'office de tourisme un espace de valorisation du tourisme bleu et du patrimoine maritime.
- Créer la « Maison de la Mer & du Tourisme Bleu[®] ». L'objectif de la « Maison de la Mer & du Tourisme Bleu[®] » est d'être le point de départ de la découverte de la destination par des outils multimédias (films à grand spectacle, outils numériques (bornes, tables...), casques de réalité virtuelle...).

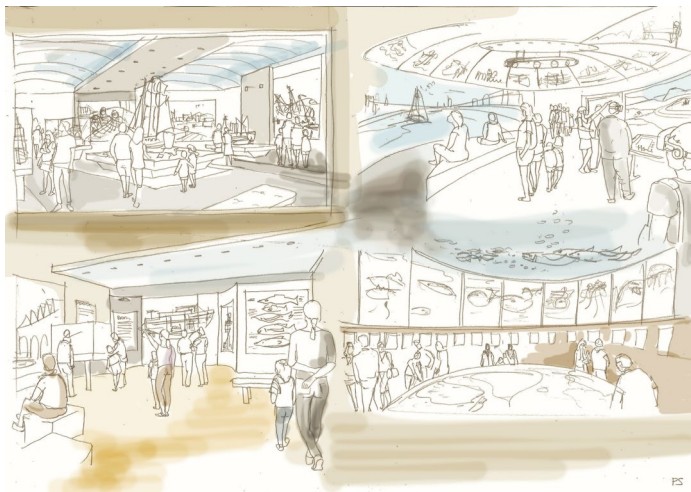
Par ses nouveaux pôles d'information touristique, la Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest s'est fixée les enjeux suivants :

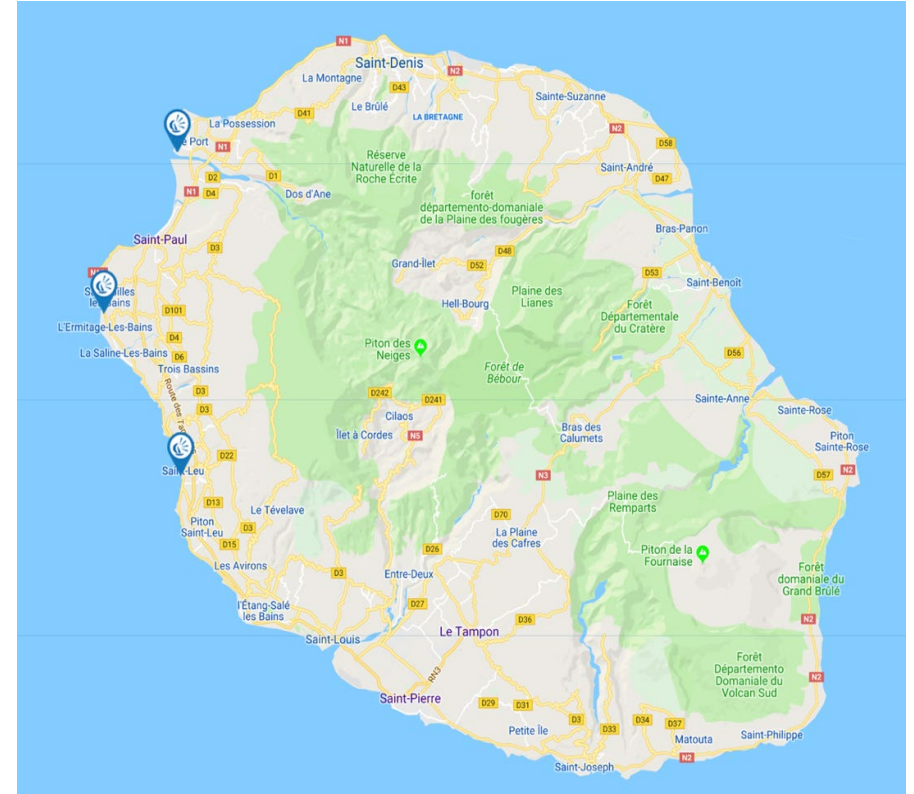
- Améliorer la satisfaction client même si cette dernière est élevée
- Fidéliser les clientèles
- Améliorer la vision de la destination par les clientèles touristiques
- Améliorer la connaissance de la destination par les clientèles touristiques



LES MAISONS DE LA MER ET DU TOURISME BLEU®







Le port de la Pointe des Galets est candidat à l'obtention du label qualité plaisance : 3 anneaux

**Un plan stratégique pour une montée en gamme des 3 ports de plaisance du TCO a été travaillé.
Plus de 300 critères sur les 3 ports ont été audités**

LES 6
PÔLES TERRITORIAUX
DU LABEL ODYSSEA®



*« OFFRIR A SA
POPULATION ET SES
HÔTES VOYAGEURS UN
NOUVEL ART DE VIVRE
BLEU AU FIL DE L'EAU,
DANS LES OBJECTIFS ET LA
VISION D'AVENIR DU
LABEL EUROPÉEN
ODYSSEA »*



Pôle territorial 4

Écotourisme & mobilité douce - préserver et valoriser la biodiversité - Développer l'écotourisme de destination bleue par Odyssea Protect®



L'objectif de l'opération « Odyssea Protect® » est d'inventer une autre gouvernance, un nouveau modèle intégré qui assure la contrepartie environnementale à toutes les offres des opérateurs territoriaux (éco-gestes) dans une stratégie définie en complémentarité avec les actions et les sites des Parcs Naturels Régionaux, Parcs marins, des associations écologiques...

C'est une stratégie opérationnelle qui garantit de mieux toucher les publics qui ne vont pas sur des sites web « verts » quand ils cherchent des informations et des offres touristiques.

Un des axes fort sera la prise en compte, dans le développement touristique de la destination Ouest La Réunion, du Passeport Vert (ONU) sur les 3 temps de la consommation touristique (avant, pendant et après), en lien avec le label Odyssea Protect® et ses Routes Bleues de l'Odyssée®.

En termes de nouvelle expérience touristique, le modèle Odyssea Protect® vise à concevoir, produire et promouvoir les solutions de mobilité touristique et culturelle, de médiation numérique des patrimoines, de création d'offres et produits de slow tourisme plus respectueux de l'environnement et de la biodiversité.

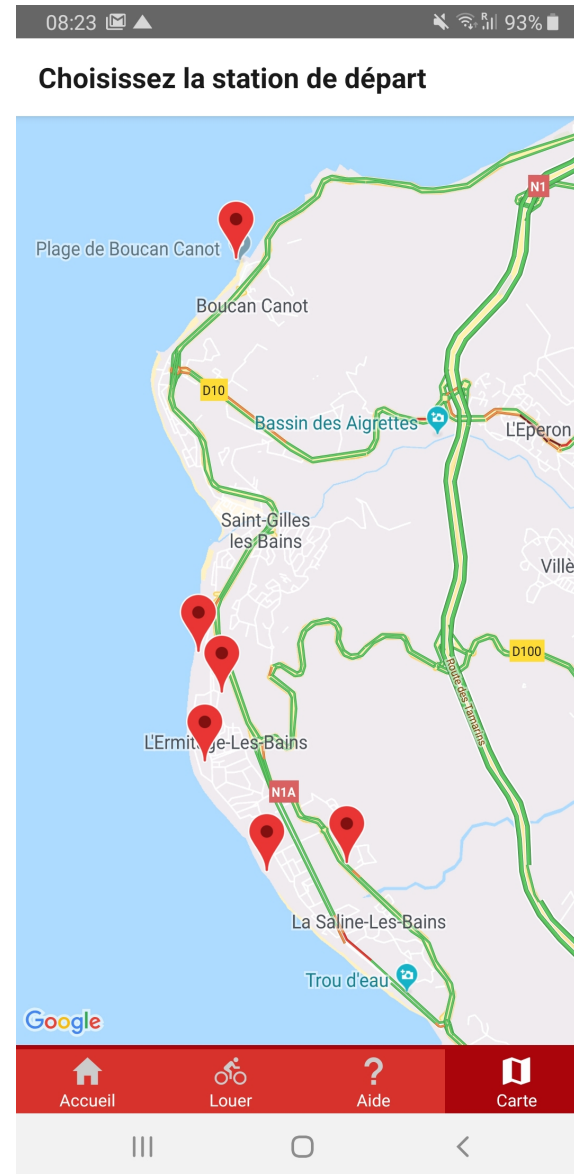
Enfin, la sensibilité éthique et environnementale s'accroît chez les citoyens-touristes : la recherche de « sens », l'envie de découvrir, d'apprendre et de comprendre les lieux que l'on visite, l'intérêt porté au patrimoine naturel et culturel constituent autant de nouvelles attentes qui progressent et sont amenées à se généraliser. C'est un engagement pour un développement durable des destinations partenaires du label Odyssea®.



OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



OOD 3	Santé et bien-être : permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge
OOD 4	Éducation de qualité : assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie
OOD 5	Égalité entre les sexes : parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles
OOD 6	Eau propre et assainissement : garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau
OOD 7	Énergies propre à un coût abordable : garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable
OOD 8	Travail décent et croissance économique : promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
OOD 10	Inégalités réduites : réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre
OOD 11	Villes et communautés durables : faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables
OOD 12	Consommation et production responsables : établir des modes de consommation et de production durables
OOD 13	Lutte contre les changements climatiques : prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions
OOD 14	Vie aquatique : conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable
OOD 15	Vie terrestre : préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité
OOD 16	Paix, justice et institutions efficaces : promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes



LES 6
PÔLES TERRITORIAUX
DU LABEL ODYSSEA®



*« OFFRIR A SA
POPULATION ET SES
HÔTES VOYAGEURS UN
NOUVEL ART DE VIVRE
BLEU AU FIL DE L'EAU,
DANS LES OBJECTIFS ET LA
VISION D'AVENIR DU
LABEL EUROPÉEN
ODYSSEA »*



Pôle territorial 5

Inscrire la destination dans son bassin de navigation par les « Routes Bleues® de l'Odyssée »
de destination et de Multi-destination

Le réseau des Routes Bleues® reconnaît la mer comme territoire de projet et organise un nouveau Tourisme Bleu Durable et économiquement viable, qui répond aux défis environnementaux. Un label qui remet la Mer, les Villes-Ports, les Terroirs, l'identité culturelle, les traditions locales et la richesse de la biodiversité, au cœur de sa stratégie.

La thèse historique proposée par le label européen Odysea® est la suivante : Le patrimoine maritime vu de la mer peut donc être défini comme l'héritage commun issu de l'histoire de chaque bassin de navigation.

Additionné les uns aux autres (océan Indien, Méditerranée, Caraïbe...) pour former le réseau « Routes Bleues® » sur des items communs, au nombre de 20, c'est toute l'histoire française et européenne vue de la mer qui est racontée.

Au regard de la mer, toute l'histoire universelle devient intelligible et par elle, de nouvelles itinérances se font jour et les territoires deviennent pour renouer avec leur histoire des « Escales Patrimoine Phare » de leur bassin de navigation.

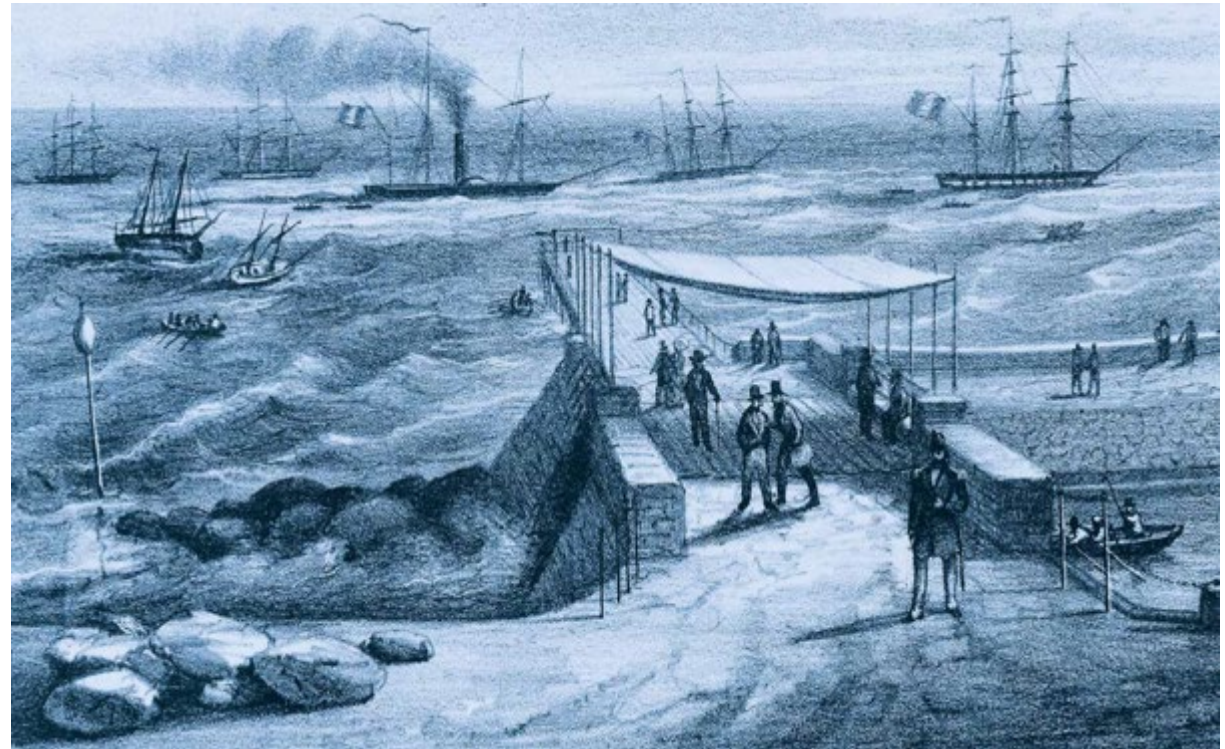
C'est ce patrimoine maritime commun européen que le réseau Odysea veut mettre en itinérance, en tourisme bleu durable.

C'est un projet de société, en cette époque hautement symbolique pour les amoureux des mers et des océans, engagés dans la défense de la biodiversité marine, désormais unis par ce projet d'avenir, en France et en Europe, autour d'un passé, de l'avenir d'une économie bleue et verte à bâtir ensemble.

Le réseau des « Routes Bleues® » de destination et multi-destination du label européen Odysea® propose une itinérance originale et attractive qui permet l'accès à la connaissance et aux récits multimédia de 4 000 ans d'héritage maritime et de navigation.



Cultural route
of the Council of Europe
Itinéraire culturel
du Conseil de l'Europe



1. Office de Tourisme Intercommunal
2. Institut Régional du Tourisme
3. Atout France
4. Compagnies aériennes
5. Croisiéristes et loueurs de bateaux
6. Hébergeurs
7. Loueurs de voitures, de vélo...
8. Voyagistes/Tours opérateurs
9. Guide touristiques/greeters (zarlors)
10. Bloggers/influenceurs



Plages
Activités nautiques
Activités aquatiques
Activités subaquatiques
Paysages maritimes
Événements nautiques



Musées
Théâtres
Monuments
Sites touristiques
Visites Culturelles
Artisanat d'art
Ateliers d'art
Événements culturels



Les Pôles Saveurs
Producteurs
Halles et Marchés
Événements gastronomiques



Loisirs nature
Randonnée
Espaces Naturels
Réserves Naturelles
Parcs Naturels
Événements nature



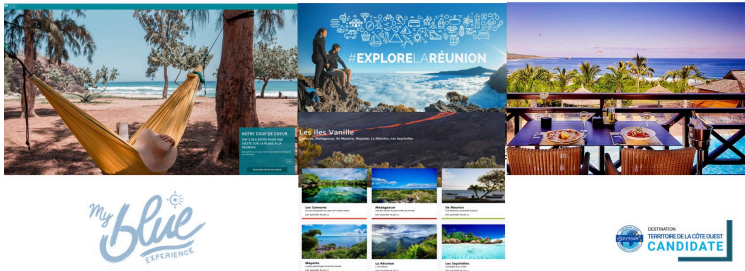
Loisirs Bien-être
Golf Club
Instituts
Remise en forme
Sports de pleine nature
Centre balnéothérapie
Loisirs nocturnes
Lieux de spectacle
Parc d'attraction



Positionnement image et marketing territorial

Le marketing de marque de Destination Bleue d'Excellence

METTRE EN ÉVIDENCE ET « RACONTER » L'AMBIANCE ET L'UNIVERS
DES EXPÉRIENCES ET SENSATIONS ENTRE MER ET TERRE



DESTINATION CÔTE OUEST Île de la Réunion



Le sentier du littoral



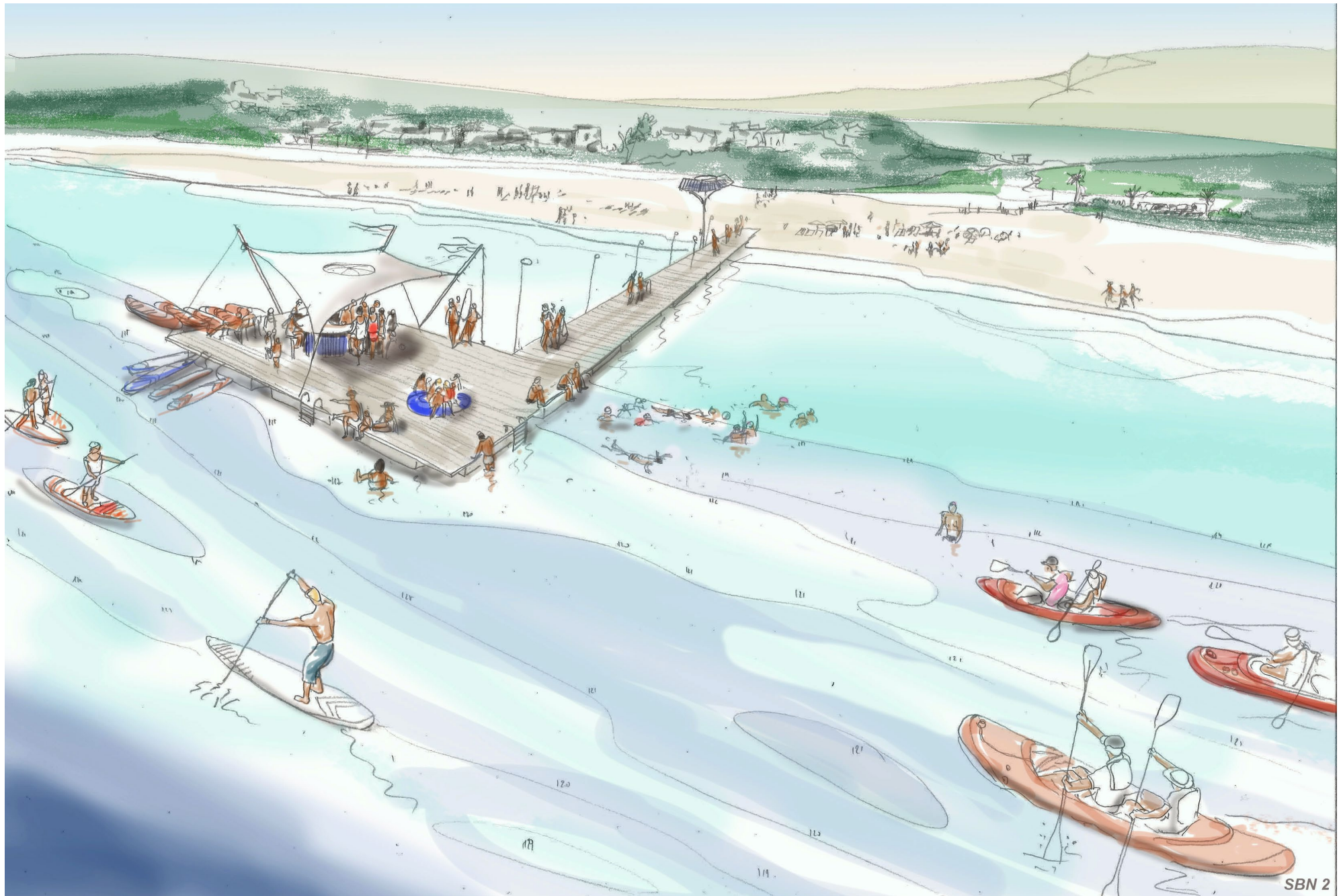
Pesca Odyssea



La défense de l'île

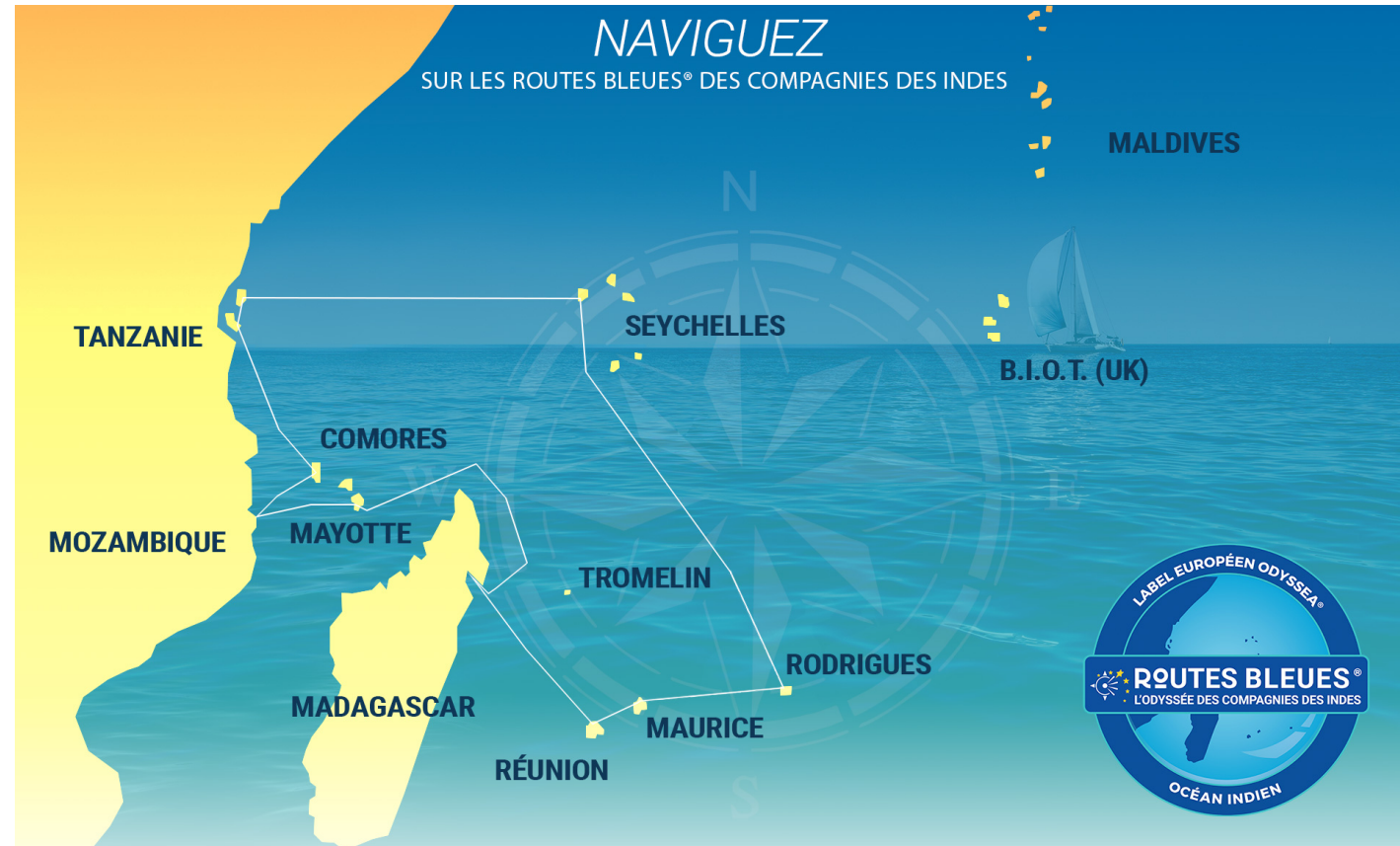






Un travail de recherche a déjà commencé et a mis en évidence une première liste d'escales culturelles (à compléter) qui pourraient ponctuer ces itinéraires maritimes à partir de l'île de La Réunion car elles dessinent un bassin culturel cohérent et représentent un intérêt patrimonial européen et mondial (liste non exhaustive - à compléter) :

- L'île de La Réunion (Saint-Paul et Saint-Denis) :
- L'île Maurice. Port-Louis.
- Les Seychelles. La Digue.
- Les Comores. Moroni.
- Madagascar. Diego-Suarez (Antsiranana)
- Kenya. La vieille ville de Lamu (classée UNESCO)
- Tanzanie. La ville de pierre de Zanzibar (classée UNESCO)
- Mozambique : L'île de Mozambique (classée UNESCO)



LES 6
PÔLES TERRITORIAUX
DU LABEL ODYSSEA®



*« OFFRIR A SA
POPULATION ET SES
HÔTES VOYAGEURS UN
NOUVEL ART DE VIVRE
BLEU AU FIL DE L'EAU,
DANS LES OBJECTIFS ET LA
VISION D'AVENIR DU
LABEL EUROPÉEN
ODYSSEA »*



Pôle territorial 6

Marketing territorial d'itinérance et de slow de Destination Bleue, Cluster de la Destination Bleue d'Excellence, co-branding public-privé, formation, insertion et professionnalisation des acteurs, Nouvelles Destinations Bleues® inclusives, durables, culturelles et de haute qualité, nouveaux métiers au service des clientèles touristiques

Positionnement image et marketing territorial

Le marketing de marque de Destination Bleue d'Excellence

Développer une stratégie de marketing d'itinérance, d'itinéraires culturels nautiques :
L'Odyssée des Routes Bleues® entre Mer et Terre
slow tourisme bleu et vert de la Côte Ouest



DESTINATION CÔTE OUEST Île de la Réunion

Positionnement image et marketing territorial

Les valeurs patrimoniales de la marque



DESTINATION CÔTE OUEST Île de la Réunion

Positionnement image et marketing territorial

Les valeurs humaines de la marque dans le modèle Odyssea®

Personnaliser l'offre et organiser le réceptif de la Destination Bleue



L'accueil éco-friendly
de l'Office de Tourisme



Les Guides du Patrimoine
De la Destination Bleue



Les Greeters
De la Destination Bleue



Les Concierges
De la Destination Bleue

Création d'emplois - personnes marquées et engagées avec la Destination (formation - licence)



Les Sailor
De la Destination Bleue



Les Anges Gardiens
De la Destination Bleue



DESTINATION CÔTE OUEST



Île de la Réunion

Positionnement Image – Cahier des charges du logo de la marque de Destination

LA MARQUE TOURISTIQUE DANS LA COHÉRENCE
DE SA DESTINATION RÉGIONALE

Deux couleurs ne figurent pas



ILE MAURICE
TOURISME
Concurrence de proximité sur le même
bassin maritime « Océan Indien »



Les Îles Vanille
OCEAN INDIEN
Coopération marketing de multi-destinations
sur le bassin de navigation « Océan Indien »

DESTINATION CÔTE OUEST



Île de la Réunion

Positionnement Image – Cahier des charges du logo de la marque de Destination

Le choix des images et des mots de la géographie de la destination

L'IMAGINAIRE
CÔTE OUEST
Les mots et images
au service de la Destination

L'IMAGINAIRE
ÎLE DE LA RÉUNION
Les mots et images
au service de la Destination

L'IMAGINAIRE
FRANCE
Les mots et images
au service de la Destination

L'IMAGINAIRE
OCÉAN INDIEN
Les mots et images
au service de la Destination



DESTINATION CÔTE OUEST  Île de la Réunion

Positionnement Image – Cahier des charges du logo de la marque de Destination

Le choix des images et des mots expérientiel et sensoriel

Montrer
des émotions

Créer
l'émotion

Les mots
au service des images

My Blue Experience
Sensoriel et expérientiel



DESTINATION CÔTE OUEST  Île de la Réunion