

ITINÉRAIRE ODYSSEA

LES ROUTES CULTURELLES DES PORTS DE LA MÉDITERRANÉE



La Grande Odysée des Villes-ports, témoins de notre civilisation, et aujourd'hui Patrimoine Phare de notre avenir commun.

Tome 1

Le Livre **Blanc**

**Définition du modèle Odyssea®
Contribution pour un tourisme exemplaire,
interactif, raisonné, éthique et compétitif**

Janvier 2012

Environnement Hospitalité

Paysages Culturels Croisière

Tome 1

La Vision euro-méditerranéenne du modèle ODYSSEA



Compétitivité
Responsable Voyage Équitable
Régionalisme Paysages Culturels
Comptoir Culturel Tourisme
Partage Voyage Éthique
Culture et Découverte
Partage



Le Livre **Blanc**

**Définition du modèle ODYSSEA®
Contribution pour un tourisme exemplaire,
interactif, raisonné, éthique et compétitif**

ODYSSEA destins collectifs et mouvements d'ensembles

« Sur l'immense passé de la Méditerranée, le plus beau des témoignages est celui de la mer elle-même. Il faut le dire, le redire. Il faut la voir, la revoir. Bien sûr, elle n'explique pas tout, à elle seule, d'un passé compliqué, construit par les hommes avec plus ou moins de logique, de caprice ou d'aberrance. Mais elle resitue patiemment les expériences du passé, leur redonne les prémices de la vie, les place sous un ciel, dans un paysage que nous pouvons voir de nos propres yeux, analogues à ceux de jadis.

Un moment d'attention ou d'illusion : tout semble revivre.»

Fernand Braudel (1902-1985)

de l'Académie Française, Commandeur de la Légion d'Honneur



Les livres **Collection**

Corse

Découvrez une autre Corse, en suivant l'itinéraire Mer & Terre Odyssea Corsica



Ajaccio - Bonifacio - Calvi

Macinaggio Rogliano - Saint-Florent - Solenzara

Programme cofinancé par le Fonds Européen du Développement Régional



PRÉFACE

Vision du Ministère de l'Écologie



Nathalie Kosciusko-Morizet
Ministre de l'Écologie, du Développement durable,
des Transports et du Logement

A la lecture du Livre blanc ODYSSEA, je suis heureuse de constater que la France poursuit sa grande aventure maritime. Avoir associé le programme ODYSSEA et le ministère chargé de la mer dans un vaste projet de développement territorial à partir des ports de plaisance, témoigne que la dynamique initiée par le Grenelle de la mer ne cesse de porter ses fruits.

Etre le second espace maritime au monde ouvre de vastes perspectives à la France pour allier développement économique et développement durable. Mais l'avenir de la terre et des activités humaines dépend avant tout de la capacité des hommes et des femmes à réaliser nos ambitions avec des solutions durables, comme celles qui ont été adoptées et qui seront appliquées à partir de ce livre.

Notre aventure maritime commence dans nos ports, et ceux de plaisance sont un puissant atout économique pour la valorisation territoriale, aux effets indéniables au niveau environnemental, culturel et social.

Conscient de ces enjeux, le ministère a signé avec la Fédération Française des Ports de Plaisance et l'Association Nationale des Elus du Littoral en décembre 2008, une charte d'engagement et d'objectifs pour le développement durable des ports de plaisance. Celle-ci vise à accroître la qualité environnementale de ces lieux de vie où les écosystèmes sont particulièrement riches et fragiles. Nous développons donc la démarche dite « Ports propres » en favorisant l'élaboration d'une certification environnementale portuaire dans un contexte de développement durable des régions littorales.

Par cette charte, le ministère s'engage aussi à favoriser l'extension du programme ODYSSEA dans le cadre de l'Union pour la Méditerranée. Ce beau projet de mise en réseau des ports et des villes côtières contribuera au développement économique de la filière nautique française ainsi qu'à celui de nos territoires littoraux, écrins de grandes richesses naturelles. Dès lors, l'ensemble d'un patrimoine maritime vivant, terrestre et subaquatique, s'en trouvera valorisé.

Avec les mêmes objectifs, le ministère a organisé pendant trois ans, avec le concours de la Fédération des Industries Nautiques et de la Fédération Française des Ports de Plaisance, un appel à projets pour promouvoir des ports de plaisance exemplaires. Cette démarche, destinée aux collectivités territoriales, a permis de concrétiser des solutions innovantes d'accroissement de la capacité d'accueil dans les ports de plaisance, intégrant le respect de l'environnement. Nous devons la prolonger, ensemble.

Le Livre blanc ODYSSEA témoigne de la qualité des propositions et du dynamisme des acteurs du monde maritime français que je souhaite prospères et toujours audacieux.

PRÉFACE

Vision du Ministère de l'Agriculture



Bruno LEMAIRE

Ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du Territoire.

En parcourant ce livre, j'ai le sentiment que nous avons fait un grand pas en avant. Lorsque nous avons créé l'Union pour la Méditerranée en 2008, l'objectif était clair : faire de la Méditerranée non plus une frontière entre les peuples, mais un espace d'échange au croisement de l'Europe, de l'Asie et de l'Afrique.

Avec Odyssea, cette ambition se concrétise.

Le projet Odyssea permet en effet de recréer du lien entre des mondes trop souvent cloisonnés. Entre la terre et la mer, avec la conviction que les ports ne sont pas seulement des portes de sortie vers la mer : ils sont aussi des portes d'entrée sur les territoires. Entre les villes portuaires et leur arrière-pays, pour que le dynamisme économique des ports puisse se diffuser à l'ensemble du territoire dans lequel ils s'inscrivent. Entre les ports eux-mêmes, avec la volonté d'encourager et de faciliter la circulation des plaisanciers en Méditerranée.

Entre le tourisme maritime d'une part, le tourisme culturel et gastronomique d'autre part, pour inciter les plaisanciers à pousser plus avant l'exploration des richesses du littoral méditerranéen.

Le projet Odyssea fait la part belle à la découverte de la gastronomie et des savoir-faire locaux. A cet égard, il constitue une opportunité majeure pour les artisans et les producteurs de la région. Huiles d'olive, pêches et nectarines, vins du Languedoc et de Provence, châtaigne corse et fromages de brebis.

L'agriculture méditerranéenne a de nombreux atouts à faire valoir. La France doit tirer parti de cette initiative pour mettre en valeur la richesse et la diversité des terroirs méditerranéens.

Bruno LEMAIRE

Bruno Lemaire



Frédéric MITTERRAND
Ministre de la Culture et de la Communication

À l'heure où le bassin méditerranéen connaît des bouleversements qui feront date, j'accorde plus que jamais une importance majeure à tout ce qui peut renforcer le dialogue interculturel dans cet espace d'échanges qui, comme le montrera prochainement le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée à Marseille, est profondément constitutif de nos identités. Créer des sentiers de cabotage comme il y a des sentiers de randonnées, mettre en valeur, pour les plaisanciers, le patrimoine exceptionnel des ports de la Méditerranée et de leur arrière-pays, les resituer dans leur histoire, connecter leurs destinées communes : tel est l'objectif du beau projet ODYSSEA, qui permettra de faire revivre les grandes routes maritimes de notre histoire commune.

Initié par les institutions européennes et particulièrement par le Conseil de l'Europe, ODYSSEA, qui a déjà obtenu le label UPM (Union Pour la Méditerranée), vise à donner aux touristes et plaisanciers des outils de lecture et d'interprétation des paysages et du patrimoine, transformant ainsi, avec les ressources numériques, chaque capitainerie en comptoir culturel. J'y vois une très belle opportunité pour la valorisation de notre mémoire euro-méditerranéenne – et cela d'autant plus que les escales d'ODYSSEA seront également connectées à d'autres réseaux d'itinéraires existants, comme « la route des Phéniciens », la route des Vignes « l'iter Vitis », « la route de l'Olivier », l'itinéraire Al-Andalus. . . Je ne me peux que me réjouir de cette mise en réseau, porteur d'un tourisme culturel de qualité pour le XXI^{ème} siècle, auquel œuvrent tous les porteurs de ce projet remarquable.

Frédéric MITTERRAND



Frédéric LEFEBVRE
**Secrétaire d'État chargé du Commerce, de l'Artisanat,
des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des
Services, des Professions Libérales
et de la Consommation**



Je suis particulièrement heureux de préfacer le livre blanc du projet «Odyssea » à l'invitation de la Fédération française des ports de plaisance (FFPP).

J'aimerais d'abord rappeler qu'Odyssea a été lancé en 2007 par la FFPP afin de stimuler la mobilité de nos plaisanciers, qui restent trop souvent cantonnés à leur port d'attache.

Depuis le début, ce projet prévoit de les inciter à naviguer vers d'autres ports d'escale, en pratiquant le cabotage touristique, pour ainsi renouer avec toute la richesse des terroirs maritimes et de l'identité culturelle de nos contrées littorales.

Odyssea vise ainsi à susciter l'envie de voyager d'une autre façon chez le plaisancier, dans un esprit « aventurier », où la découverte, l'échange et le partage demeurent essentiels.

Je salue à cet égard l'initiative d'Odyssea concernant la mise en place d'un géo-portail Internet, destiné à visualiser et localiser les nombreux attraits des arrière-pays et des villes de plaisance, sur les rives nord et sud du bassin méditerranéen, et au-delà même, sur d'autres façades maritimes.

Cet outil créera un lien fort entre les plaisanciers et les acteurs concernés, de la capitainerie du port au marchand de miel local, en somme, dans l'ensemble de la communauté des porteurs du label Odyssea.

Ce projet aux multiples facettes, en particulier culturelle, environnementale et gastronomique, a bénéficié d'importants financements européens, notamment pour se développer en Languedoc-Roussillon, sur la Côte-d'Azur, en Corse, en Italie et en Espagne. Il est également en relation étroite avec les Itinéraires culturels européens, un label auquel Odyssea est candidat. Gruissan, vitrine et laboratoire du projet, est la première des « cités-pilotes » au sein de l'association française du Groupement européen de coopération Odyssea.

J'ai souhaité que l'administration du tourisme soutienne Odyssea au travers d'un appui à la réalisation de ce livre blanc, véritable feuille de route de ce projet économique et touristique de grande envergure. Ils épousent ainsi l'une des stratégies touristiques du Gouvernement, dont l'objectif est de développer un tourisme de plaisance à fort potentiel.

Ce projet favorise en effet un tourisme de séjour dans les arrière-pays des ports, en s'appuyant sur l'ensemble des richesses du patrimoine vivant des régions visitées. Il permettra le développement d'un tourisme plus créateur de valeur pour les acteurs économiques locaux. Si je suis très attaché à ce projet, c'est qu'il correspond à la politique que je mène en faveur du tourisme depuis ma prise de fonctions.

Je suis persuadé que ce livre blanc convaincra les partenaires privés et publics de se joindre à cet ambitieux projet.

La valorisation des attraits historiques, culturels et naturels du berceau de la civilisation que fut la Méditerranée, présente un intérêt majeur, au-delà même des retombées économiques du projet.



Frédéric LEFEBVRE

Vision du Conseil Culturel Union pour la Méditerranée



Renaud MUSELIER
Président du Conseil culturel de l'Union
pour la Méditerranée
Président de l'Institut du monde arabe
Ancien ministre, député des Bouches du Rhône

ODYSSEA, une initiative culturelle exemplaire

Le Conseil culturel de l'Union pour la Méditerranée que j'ai l'honneur de présider a été créé afin de porter le volet culturel de l'ambitieux projet d'Union pour la Méditerranée souhaité par le Président de la République, Nicolas Sarkozy, en 2008.

Notre mission est à la fois simple et complexe : soutenir, favoriser, faire éclore toutes les initiatives à valeur ajoutée culturelle qui peuvent jaillir dans le bassin méditerranéen et montrer ainsi, par des actions concrètes et symboliques, que la culture a toute sa place dans la construction d'un espace euro-méditerranéen plus apaisé et plus rassemblé autour de tout ce qui le rapproche.

Soutenir le projet ODYSSEA a donc été une évidence pour le Conseil culturel de l'Union pour la Méditerranée car ce vaste projet répond étroitement à la philosophie que nous souhaitons transmettre.

Ce projet original de mise en réseau non seulement des ports de Méditerranée mais aussi des territoires dans lesquels ils s'inscrivent est une formidable manière de faire découvrir aux 7 millions de plaisanciers qui sillonnent chaque année la Méditerranée, le patrimoine naturel et culturel qui compose le pourtour méditerranéen.

En offrant la possibilité d'avoir accès, par le biais des technologies les plus modernes, à tout ce qui fait la richesse d'un territoire, ODYSSEA en dessine ainsi les contours et les multiples facettes qui forgent son identité profonde.

Après des mois de travail pour réunir tous les acteurs du tourisme et de la culture dans le bassin méditerranéen, l'équipe d'ODYSSEA, dont je salue l'enthousiasme et le professionnalisme, est aujourd'hui récompensée de ses premiers efforts avec la parution de ce Livre blanc.

C'est une première étape très importante, elle n'est pas la dernière et le Conseil culturel de l'Union pour la Méditerranée aura encore longtemps à cœur de vous apporter son soutien pour écrire les autres pages d'un projet qui fait du tourisme culturel de qualité un gage de compréhension et de développement de ce patrimoine méditerranéen que nous avons en partage.

Renaud MUSELIER

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Renaud MUSELIER', written in a cursive style.

PRÉFACE

Vision de l'Union pour la Méditerranée

Mission interministérielle Union pour la Méditerranée



Antoine-Tristan MOCILNIKAR

**Ingénieur en chef des mines
Responsable Environnement
& Développement durable**

L'Union pour la Méditerranée a été lancée lors du Sommet de Paris du 13 juillet 2008. Coopération concernant 800 millions d'habitants, l'Union pour la Méditerranée est une réponse aux défis constitués par le bouleversement du rapport de force entre les régions du monde. Aussi bien le Nord que le Sud et l'Est de la Méditerranée ont besoin d'un partenariat régional ambitieux. Le Nord cherche une nouvelle compétitivité et des nouveaux ressorts de croissance. Le Sud et l'Est de la Méditerranée en quête de perspectives socio-économiques connaissent des évolutions politiques majeures, portées largement par une population jeune et en forte croissance.

L'Union pour la Méditerranée contribue à réduire l'écart de développement entre les deux rives de la Méditerranée par une croissance régionale partagée et la réalisation de projets concrets aptes à renforcer une solidarité de plus en plus étroite entre les peuples de notre mer commune. Organisée autour d'une coprésidence paritaire, de réunions régulières des 43 pays, ainsi que d'un Secrétariat installé à Barcelone, l'Union pour la Méditerranée promeut la mise en place de projets structurants dans des secteurs d'action prioritaires : l'eau et la dépollution de la Méditerranée, les transports, l'énergie, l'enseignement supérieur et la recherche, la protection civile, le développement des PME-PMI, le développement urbain et la politique maritime intégrée. Ces projets sont établis sur le principe du codéveloppement et de la transition économique pour un développement plus durable et responsable. Ils sont basés également sur la notion de géométrie variable. La démarche d'ODYSSEA et de ses partenaires s'inscrit parfaitement dans cette vision.

Antoine-Tristan MOCILNIKAR

PRÉFACE

Vision de l'Union pour la Méditerranée

Mission interministérielle Union pour la Méditerranée



Bernard RIBIOLLET
Lieutenant-colonel
Pôle Justice, Migrations, Sécurité

L'aventure ODYSSEA révolutionne le monde de la plaisance et du tourisme. Riches de rencontres et de partenariats, ODYSSEA se construit à partir d'itinéraires culturels maritimes qui renouent avec l'histoire des ports de la Méditerranée et des peuples méditerranéens. Telle est son originalité. Le projet ODYSSEA a été présenté, sous l'égide de la coprésidence franco-égyptienne, lors de la réunion ministérielle de l'Union pour la Méditerranée sur le tourisme le 20 mai 2010 à Barcelone. La Présidence espagnole du Conseil de l'Union Européenne a recommandé l'extension de ce projet sur tout le pourtour méditerranéen.

La mission interministérielle Union pour la Méditerranée salue le travail effectué dans le cadre du Livre blanc ODYSSEA tout comme la dynamique partenariale qui a présidé à sa rédaction. ODYSSEA est une contribution attendue en Méditerranée, gage de développement durable, de dialogue des cultures et de paix. La mission interministérielle Union pour la Méditerranée souhaite aux femmes et aux hommes engagés pour la réussite du projet ODYSSEA tout le succès qu'il mérite et les assure de son soutien.

Bernard RIBIOLLET

A handwritten signature in black ink, reading "Ribiollet". The signature is written in a cursive style with a long horizontal stroke at the end.



Vision du Ministère de la Culture et du Tourisme Grec

**Zoé KAZAZAKI**

Directrice Générale de la Culture Contemporaine - Ministère Hellénique de la Culture et du Tourisme, Ex Présidente du Conseil d'Orientation des Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe, Membre du Comité Scientifique ODYSSEA

La contribution du programme ODYSSEA à la valorisation innovante du patrimoine culturel méditerranéen, et à la mobilité artistique et la créativité contemporaine.

Le 21 septembre 2010, sur l'île de Karpathos, qui fait partie de la Dodécannèse, au sud de la Mer Egée pendant les travaux d'un Forum sur les itinéraires culturels européens organisé par le ministère hellénique de la Culture et du Tourisme, l'Institut européen des Itinéraires Culturels, les autorités de l'île de Karpathos ont déclaré avec les participants actifs, les porteurs des programmes et les responsables des réseaux des itinéraires culturels européens et méditerranéens que le patrimoine culturel euro-méditerranéen sera la force motrice qui mobilise le tourisme culturel ainsi que le facteur dynamique du développement économique durable et équilibre de chaque région ! Par les bonnes pratiques présentées et analysées à Karpathos, ils ont constaté que les réseaux de coopération soutenus et créés dans le cadre des itinéraires culturels européens et les partenariats entre les responsables des projets se prolongent aux gouvernements, aux ministères, aux autorités régionales et locales, aux professionnels du tourisme, aux professionnels des domaines de la culture, aux artistes, aux universitaires. Ils créent des modèles économiques exemplaires qui mettent en place des outils permanents d'un partenariat dynamique et ils fonctionnent comme moteur d'un développement régional et local équitable.

Dans le cadre de ce Forum, les autorités locales de Karpathos ainsi que d'autres îles de la mer Egée ont exprimé la volonté de participer comme partenaires au programme ODYSSEA, étant donné que ce programme touche leur pourtour géographique et historique, par conséquent les partenaires du passé et d'aujourd'hui de cette région méditerranéenne, depuis l'antiquité jusqu'à nos jours. L'adoption des nouvelles technologies, à travers la conception et la réalisation du programme ODYSSEA, offre une nouvelle approche, une approche innovante, et l'accès virtuel au patrimoine culturel de chaque région, permettant une coopération avec tous les pays frontaliers et la création d'échanges transversaux et terrestres innovants.

C'est ainsi qu'après ce Forum, a été signé un Protocole de coopération intitulé Charte de Karpathos. La Charte a mis en place la plateforme permanente d'une coopération multilatérale entre les autorités des îles de la mer Egée et le programme ODYSSEA, en incluant d'autres routes méditerranéennes. L'objectif de cet Accord est de soutenir chaque initiative adoptée en concertation avec les partenaires, mais à travers les objectifs mêmes des projets concernés. Le programme ODYSSEA est un programme très important pour la valorisation du patrimoine maritime et portuaire dans le cadre d'une coopération créative euro-méditerranéenne. La mise en réseau des milliers des ports de la mer Egée et plus généralement de la Méditerranée, des villes et des territoires dans le modèle des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, constitue un défi pour la valorisation de notre patrimoine maritime et portuaire et surtout pour le développement d'un tourisme créatif et culturel dans cette région. La mobilité artistique et culturelle de la région méditerranéenne et la valorisation de la créativité contemporaine à travers le programme ODYSSEA représentent un objectif et un défi pour ce programme. La création des synergies entre le domaine du patrimoine et celui de la créativité artistique contemporaine engendrerait des emplois supplémentaires pour les professionnels de la culture, les artistes, les photographes, les cinéastes et d'autres professionnels, pendant cette période difficile pour tous. Dans ce cas, le programme ODYSSEA pourrait fonctionner comme un modèle économique du développement territorial, puisqu'il s'agit d'un programme multidimensionnel qui exige des forces politiques, économiques et humaines, et un plan d'action qui doit prendre en considération les particularités territoriales de chaque pays et de chaque région ainsi que les expressions culturelles et créatrices.

Zoé KAZAZAKI

PRÉFACE

Vision du Ministère du Tourisme du Royaume du Maroc



Rachid JDIDI

**Directeur de la Stratégie et la Coopération,
Ministère du Tourisme du Royaume du Maroc**

Le projet ODYSSEA AL-ÁNDALUS, en partenariat avec le Gouvernement Autonome de l'Andalousie, et qui s'inscrit, d'une part, dans le cadre du programme de coopération transfrontalière Espagne-frontières Extérieures et d'autre part, dans le cadre de la coopération euro-méditerranéenne, va permettre à la région nord du Maroc de faire partie du réseau des villes portuaires de la Méditerranée. Cette coopération permettra la valorisation des ressources socio-économiques et touristiques, du patrimoine culturel et des voies historiques maritimes de la région.

Porte d'entrée du Royaume du Maroc, la région de Tanger-Tétouane est un choix idéal pour l'implantation du projet ODYSSEA AL-ÁNDALUS, grâce d'une part à une multitude d'atouts touristiques et culturels, et d'autre part, à sa proximité avec le continent européen à portée de seulement 14 kilomètres via la mer méditerranéenne.

Le Maroc dispose de 3500 kilomètres de côtes dont 370 kilomètres pour la région Tanger-Tétouane et possède une vocation touristique certaine, riche en potentialités balnéaires exceptionnelles, notamment dans la région Tanger-Tétouan et Larache.

Ainsi, en vue de mettre en valeur le potentiel touristique de la région, plusieurs sites intéressants ont été répertoriés sur tout le littoral maritime, y compris des ports de plaisance. Dans l'arrière-pays, la ville de Chefchaouen et sa région sont particulièrement prisées pour le tourisme vert et la randonnée grâce à une biodiversité variée.

La région est aussi réputée pour ses produits de terroirs de qualité tels que l'huile d'olive, les figues, le miel, le sirop de raisin et les plantes aromatiques et médicinales. Ces produits permettent la création de la valeur et de la richesse.

Afin de faire bénéficier la région de toutes les retombées positives que le projet ODYSSEA AL-ÁNDALUS est susceptible de lui apporter, le concept d'itinéraire culturel à partir des ports de plaisance permettant le maillage des territoires méditerranéens par la mer a été accueilli avec beaucoup d'intérêt par les autorités marocaines, notamment par le ministère du Tourisme.

Il sied de souligner que le ministère du Tourisme place la régionalisation au cœur de sa stratégie touristique « vision 2020 », une régionalisation de la promotion qui permet à chaque destination régionale de se positionner en véritable levier local du développement touristique promu par notre stratégie sectorielle.

Rachid JDIDI

PRÉFACE

Vision du Ministère du Tourisme de Tunisie



Slaheddine MZABI

Conseiller du Ministre du Tourisme de Tunisie chargé du Tourisme nautique

Réflexions sur l'activité des ports de plaisance en Tunisie

La plaisance constitue l'un des vecteurs de promotion et d'amélioration de la qualité de l'offre touristique de par le monde. Sa situation géographique et ses richesses naturelles et culturelles offrent à la Tunisie des potentialités appréciables pour consolider et améliorer les performances de ce secteur.

Les efforts engagés en matière d'investissement pour la réalisation des infrastructures de base confirment la volonté politique d'assurer un développement cohérent et compatible avec la stratégie de diversification et d'enrichissement du produit touristique tunisien d'autant plus que la Tunisie constitue une destination plaisance sécurisante et rassurante en matière de navigation maritime.

La hausse des prix pratiqués et les taxations excessives dans les pays du nord de la Méditerranée offrent à la Tunisie une opportunité pour capter une part du marché mondial de la plaisance.

La Tunisie s'est largement investie dans la mise en place d'une politique touristique forte dans le cadre d'un développement économique durable.

Pour ce faire une infrastructure portuaire a été mise à la disposition des plaisanciers soit plus de 2100 anneaux :

- Port de plaisance Tabarka : 100 anneaux
- Port de plaisance Sidi Bou Saïd : 380 anneaux
- Port de plaisance Hammamet : 680 anneaux
- Port de plaisance Kantaoui : 340 anneaux
- Port de plaisance Cap Monastir : 400 anneaux.

Par ailleurs il est constaté que plusieurs ports de pêche abritent quelques centaines de bateaux de plaisance. Il est à remarquer que certains de ces ports voient le nombre de bateaux de plaisance dépasser celui des navires de pêche.

A l'heure actuelle, près de 2250 anneaux sont en cours d'étude et ce par la création de nouveaux ports tels que Houm-met Es-souk, Cap Gammarth, Bizerte (extension de 160 anneaux à 1000), Sfax (Chatt des Kerkéniens), etc., et la transformation dans un futur assez proche de certains ports de commerce en ports de plaisance comme ceux de Tunis ou de Sousse .

Le littoral tunisien, long de 1300 km, permet à tout plaisancier d'accoster aisément. Tous les 30 à 35 km, il aura le choix entre un port de pêche, un port de plaisance ou un port de commerce.

Malgré toutes ces facilités, les statistiques montrent que les plaisanciers venant du nord de la Méditerranée trouvent des difficultés à traverser la Mer Méditerranée. Les plaisanciers européens ne sont pas en général des marins confirmés ; certains dans le cadre des régates font cette traversée et c'est ainsi que 2621 bateaux ont visité les ports tunisiens en 2008, soit moins de 1 % des bateaux sillonnant la Méditerranée de l'est à l'ouest (270 000 bateaux).

Aussi le ministère du Tourisme devant cet état des choses s'est engagé dans la mise à niveau des ports de plaisance. C'est ainsi qu'un accord en date du 11 Avril 2003 à Djerba, avec le ministre français du Tourisme, a prévu que le gouvernement français finance une étude sur l'établissement d'un schéma directeur du littoral tunisien pour les activités de plaisance et de croisière.

Cette étude a permis de déterminer avec précision les sites appropriés. Le ministère a recommandé que toute création nouvelle de port de plaisance soit respectueuse d'un développement durable et écologique, ce qui minimisera les risques inhérents à toute atteinte à l'écosystème.

Par ailleurs dans le même ordre d'idées, le ministère du Tourisme a entamé la mise sur pied d'une réglementation spécifique pour le tourisme nautique et ce depuis 2003. Après avoir préparé, à l'image du Code des ports de commerce et celui des ports de pêche, un Code du tourisme nautique qui comprenait aussi bien la législation sur les ports de plaisance que celles qui concernaient les bases nautiques et les plages aménagées, le gouvernement avait décidé d'unifier les trois textes. En juillet 2009, est promulgué le Code des ports maritimes. L'application de ce code pour les ports de plaisance est devenue effective en juillet 2011.

La mise à niveau des ports de plaisance se fera aussi par l'intégration de ces ports dans le réseau ODYSSEA ce qui leur permettra de pouvoir être au diapason des autres ports méditerranéens. La Tunisie croit que cette intégration va être le déclencheur de la mise en œuvre de la nouvelle politique du tourisme tunisien telle que prévue par les différentes études effectuées avec l'appui de la Banque Mondiale et l'Union Européenne. Le Tourisme doit ainsi développer tous les secteurs de la vie sociale, économique, environnementale, culturelle de la région et si le port devient le fer de lance de la région, ce sera à l'honneur du réseau ODYSSEA.



Jean AUDOUZE
Président
Commission nationale française pour l'UNESCO

« *La Commission française pour l'UNESCO salue l'initiative prise par ODYSSEA d'avoir élaboré un programme et un Livre blanc...* »

Commission nationale française pour l'UNESCO

La Commission nationale française pour l'UNESCO est composée d'une soixantaine de personnalités représentant les milieux scientifiques et intellectuels français ainsi que les ministères responsables des domaines de compétence de l'Organisation internationale dont le siège est à Paris (Affaires européennes et étrangères, Education nationale, Enseignement supérieur et Recherche, Culture, Ecologie).

La Commission française a pour mission d'exercer une activité de veille et un repérage d'actions exemplaires en favorisant le développement de partenariats avec les institutions nationales et internationales et la société civile afin de faire bénéficier notre pays et l'UNESCO de l'expertise de ses membres, d'éclairer les pouvoirs publics dans les domaines de l'éducation, de la science, de la culture et de la communication et de contribuer ainsi à renforcer l'influence de la France aux travaux de cette institution.

Elle se doit également d'impulser un débat intellectuel public, de mieux faire connaître au sein des lieux de réflexion et de décision les principaux axes d'action de l'UNESCO et de contribuer à valoriser l'image de l'Organisation.

La Commission française pour l'UNESCO salue l'initiative prise par ODYSSEA d'avoir élaboré un programme et un Livre blanc qui prônent la mise en valeur et la protection du patrimoine culturel et naturel, un tourisme raisonné et durable et un dialogue des cultures. Ce sont ces thèmes étroitement liés aux principes fondamentaux qui guident les actions de l'UNESCO que soutient la Commission nationale.

Jean AUDOUZE

Vision des Voies Navigables de France (VNF)

©chiscano@wanadoo.fr 0680258194



Marc PAPINUTTI
Directeur Général de Voies Navigables de France

Dotée du plus long réseau fluvial exploitable d'Europe, la France bénéficie d'un potentiel de développement touristique fluvial considérable. Mode de transport vert, le tourisme fluvial s'accorde avec la découverte des territoires.

Ce produit s'inscrit généralement dans un large ensemble d'activités et génère des retombées importantes. Dans ce cadre les ports de plaisance jouent un rôle moteur dans ces territoires dont l'épine dorsale est la voie d'eau à partir de laquelle peuvent se mettre en projet les territoires autour d'un tourisme dit « fluvestre ».

Ce tourisme « fluvestre » occupe une place décisive dans la valorisation du territoire et du patrimoine, dès lors que les acteurs locaux prennent conscience de la fenêtre de possibilités de développement qu'ouvre la voie d'eau.

Ainsi le programme ODYSSEA de par les outils qu'il développe représente un potentiel de croissance pour le tourisme fluvial auquel VNF souhaite s'associer dans le but de soutenir et d'encourager la plaisance fluviale en France, dont le potentiel de développement est indéniable aujourd'hui.

Marc  PAPINUTTI



Marc FRANCINA

Président de l'Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques
Député maire D'Évian

L'Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques, que je préside depuis plus de trois ans, a été créée le 21 novembre 1930 et regroupe aujourd'hui sur l'ensemble du territoire plus de 1000 membres : stations classées, communes touristiques ou à vocation touristique. Elle couvre les différentes zones géographiques : littoral, montagne, thermal, campagne et outre-mer.

L'Association a pour objet essentiel d'assurer une liaison permanente avec les pouvoirs publics, dont elle est devenue le partenaire privilégié, et d'aider au développement du potentiel touristique des communes.

Ses principaux buts sont : des études précises et propres aux stations classées et aux communes touristiques ; la création de liens de solidarité et d'expertise entre les maires concernés par ces sujets ; la défense des intérêts spécifiques de ces stations et communes.

Ses moyens d'actions sont divers. Elle organise des réunions thématiques et des colloques relatifs aux préoccupations des communes touristiques. Elle participe aux travaux d'ATOÛT FRANCE, du Comité des Finances locales, du Conseil National du Tourisme, . . .

L'organisation thématique de séjours touristiques séduit de plus en plus les vacanciers : nos villes et communes représentent une richesse patrimoniale et culturelle incontestable. Aucune structure ou label de dimension européenne ne mettait en réseau les communes afin de faire le trait d'union entre les villes portuaires et l'arrière pays souvent méconnu pour sa richesse touristique. Odyssea va permettre aux touristes de découvrir les paysages et les patrimoines dans le plus grand respect des traditions, des identités et des cultures locales . . . Ils pourront visiter, se balader en harmonie avec la nature . . .

C'est donc avec plaisir et enthousiasme que nous avons accepté d'être partenaires du programme Odyssea. Celui-ci va permettre de dynamiser nos territoires, de rendre attractives des destinations méconnues en Méditerranée . . .

Pour notre association, il s'agit d'une véritable chance pour valoriser nos ports, dynamiser la plaisance et la croisière et nous espérons qu'un jour cette nouvelle organisation servira à de nouvelles régions de notre pays.

Ce livre blanc dont l'objectif est de créer un réseau exemplaire sera le document de référence pour tous les acteurs du tourisme qui souhaitent valoriser leur territoire et renforcer leur compétitivité : il leur donnera un cadre commun avec des enjeux et des perspectives pour l'avenir, tout en respectant les éléments fondamentaux du développement durable, . . . notre association ne peut qu'adhérer . . .

Marc FRANCINA

PRÉFACE

Vision des élus du littoral



Yvon BONNOT

Président de l'ANEL
Ancien député
Maire de Perros-Guirec

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 maritimes de métropole et d'outre mer, de confirmer notre intérêt pour le projet ODYSSEA que nous soutenons depuis le début de cette réflexion qui conduit aujourd'hui à la publication d'un Livre Blanc .

En septembre 2010 déjà, à BASTIA, en Corse et donc au cœur de la Méditerranée, nous avons eu l'occasion, lors des nos Journées Nationales d'Etudes, de souligner, en présence du ministre Hervé NOVELLI, combien cette démarche semble prometteuse d'échanges culturels et touristiques dans le cadre de l'Union pour la Méditerranée et nous avons encouragé les porteurs de ce projet ODYSSEA.

Les événements politiques de cette année 2011 confirment l'intérêt de poursuivre le dialogue avec des projets structurants et respectueux de la diversité culturelle et patrimoniale de chaque pays.

Il nous semble qu'ODYSSEA contribuera à tisser plus de relations entre les nombreux ports méditerranéens et leur arrière pays, et ce, quelle que soit leur taille, renouant ainsi avec l'histoire de notre civilisation.

Ces échanges culturels et touristiques devraient permettre de nouvelles solidarités entre les territoires et les populations. Cela correspond aux travaux que nous menons au sein de notre association pour construire «le littoral du futur» et nous encourageons ODYSSEA à se développer pour atteindre ces objectifs.

Yvon BONNOT

Soutien ODYSSEA

Vision de la Région Languedoc-Roussillon



Christian BOURQUIN
Président de la Région Languedoc-Roussillon
Sénateur



Avec ses 215 km de côtes, 66 ports et près de 30 000 anneaux, le Languedoc-Roussillon possède un véritable potentiel en matière de nautisme. Etangs, canaux et Méditerranée forment ici un formidable réseau pour naviguer. Au fil des aménagements, notre région s'est progressivement donné les moyens de développer un tourisme nautique sur le littoral. Aujourd'hui l'activité nautique, c'est près de 1800 entreprises et plus de 6600 emplois en Languedoc-Roussillon. En ma qualité de Président de la Région, j'entends donc poursuivre mon engagement aux côtés de tous les acteurs du nautisme, au service d'une vision ambitieuse pour la Méditerranée. A ce titre, la formidable dynamique engagée par la Fédération Française des Ports de Plaisance permet aujourd'hui de réunir, fédérer et mutualiser nos énergies et nos moyens au service de nos projets.

La plaisance est un atout indéniable au service du développement touristique. De Cerbère à Port-Camargue, la pêche, la promenade, la voile sportive et la croisière ne cessent de croître. Certes, il manque des anneaux mais la Région y travaille en soutenant les extensions et nouvelles créations de places portuaires. En matière de tourisme fluvial, la Région investit aussi dans ce joyau de la navigation qu'est le Canal du Midi. Fort de ces nombreux atouts, le tourisme génère ici 60 000 emplois salariés directs. La Région y contribue pleinement avec sa marque Sud de France, véritable locomotive de toute notre économie touristique régionale avec 6000 produits labellisés et 1800 adhérents. Après lui avoir trop longtemps tourné le dos, le Languedoc-Roussillon s'ouvre pleinement vers la Méditerranée. Il est temps de hisser haut nos couleurs. A mi-chemin entre les Baléares et la Corse, Sud de France Languedoc-Roussillon est une destination méditerranéenne par excellence.

Avec ODYSSEA, la Région ira encore plus loin. Nous entendons ainsi créer un grand réseau régional en reliant les 28 ports de plaisance Sud de France. Il s'agit là de créer, tout au long de la route maritime, des portes d'entrée sur notre territoire permettant d'accéder plus facilement aux joyaux touristiques et gastronomiques de l'arrière-pays. Cet itinéraire culturel inédit positionne Sud de France Languedoc-Roussillon comme destination patrimoniale majeure.

En Languedoc-Roussillon, la mer concentre un extraordinaire potentiel naturel, économique et humain. Le premier Parc Naturel Marin de Méditerranée récemment créé entre Leucate et Cerbère en est la parfaite illustration. Cette mer qui nous fait tant rêver, à nous d'en prendre soin et d'en tirer le meilleur. C'est pourquoi je mettrai en place, dès 2012, un Parlement Régional de la Mer qui réunira tous ceux qui veulent faire avancer notre Méditerranée !

Christian BOURQUIN

Vision de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur



Michel VAUZELLE
Président de la Région PACA



La mer est indissociable de l'histoire et de la vie économique et sociale du territoire de Provence-Alpes-Côte d'Azur. C'est la raison pour laquelle le secteur maritime a toujours été soutenu par la Région. Ainsi la réalisation d'une stratégie de la mer et du littoral a-t-elle été engagée en 2011 : document opérationnel, cette stratégie s'articule également avec le Schéma régional pour l'aménagement et le développement durable du territoire (SRDDT), qui proposera, lui, une vision prospective à 30 ans pour l'aménagement de l'espace régional face aux défis futurs.

Il est bien sûr évident que les ports sont des infrastructures indispensables à l'aménagement du territoire. Ils sont à la fois des éléments incontournables du patrimoine et une composante essentielle de la vie socioculturelle en région. Ils se définissent également comme des structures au service de l'économie régionale en permettant le développement des industries nautiques et en agissant comme des pôles d'attractivité touristique importants.

Les ports de plaisance en Provence-Alpes-Côte d'Azur sont donc au cœur de la vie locale et contribuent sensiblement au dynamisme de notre région. C'est pourquoi les efforts de la Région en leur faveur doivent être poursuivis afin qu'ils soient inscrits au cœur de sa stratégie de la mer et du littoral.

Si la réussite de la démarche environnementale « Ports Propres » n'est pas démentie, aujourd'hui il faut s'interroger sur le désenclavement des ports par rapport aux villes. Comment créer un lien port-cité ? Comment faire du port un élément constant de la cité et non plus une unité à part vouée au service de quelques-uns ?

En cela, le projet ODYSSEA est d'un grand intérêt. Il apparaît certes comme un projet faisant des ports des acteurs majeurs pour le tourisme local mais aussi et surtout comme une opportunité pour aménager les villes concernées avec une vision maritime, valoriser le patrimoine maritime régional et créer de l'emploi.

L'Union des Ports de Plaisance de Provence Alpes-Côte d'Azur (UPACA) sera donc soutenue, afin de favoriser le déploiement de ce projet sur le territoire régional.

Michel VAUZELLE

Vision de la Région Corse



Vanina PIERI

Conseillère Exécutive de la Collectivité Territoriale de Corse
Présidente de l'Agence du Tourisme de la Corse



Traditionnellement peuplée d'éleveurs et d'agriculteurs, la Corse a longtemps tourné le dos à la mer. Paradoxalement, c'est son littoral qui a constitué l'atout majeur pour l'essor d'une économie touristique qui est désormais, avec 2,8 millions de séjours et 30 millions de nuitées, le premier secteur d'activité de l'île.

Avec 1000 Km de côtes, 19 ports de plaisance, 6500 anneaux et 1850 mouillages, avec des paysages maritimes contrastés et parsemés de nombreuses réserves naturelles, la Corse possède un riche patrimoine littoral dont la diversité recèle un véritable potentiel pour le développement de la plaisance et des loisirs nautiques. C'est pourquoi, depuis 10 ans, l'Agence du Tourisme de la Corse investit auprès des collectivités pour valoriser les stations littorales et mettre en réseau les bassins de navigation en adaptant leur capacité d'accueil. La création de pôles touristiques a également été un axe fort d'intervention destiné notamment à valoriser les ressources touristiques de l'intérieur et ainsi mieux répartir les flux touristiques sur l'ensemble du territoire.

Ce travail d'ingénierie produit aujourd'hui des résultats significatifs. La Corse s'est organisée progressivement en neuf pôles touristiques, pour proposer des offres thématiques à l'échelle de bassins de séjours : la Balagne, le Pays Ajaccien, le Pays Bastiais, le Taravo- Valinco-Sartenais, le Centre Corse, le Sud Corse, la Costa Serena, la Castagniccia Mare e Monti et l'Ouest-Corse. Ce sont autant de points d'attractivité de la destination mettant en valeur l'authenticité et la qualité des produits touristiques de l'intérieur de l'île que l'Agence du Tourisme de la Corse entend fédérer sous sa marque destination « CORSICA MADE ».

Les professionnels de la plaisance et des activités de loisirs nautiques sont également des partenaires majeurs dans la stratégie opérationnelle de l'Agence du Tourisme de la Corse. Avec près de 150 établissements, le secteur des loisirs nautiques représente plus de 50% de l'ensemble des activités de pleine nature. La seule plongée, avec ses 41 structures commerciales, figure au premier rang des activités en générant 8,7 M € de retombées économiques. Dans le même temps, les retombées directes de la plaisance (équipementiers, loueurs, ports de plaisance) sont aujourd'hui évaluées à près de 100 M€

Pour l'avenir, l'Agence du Tourisme de la Corse entend soutenir cette dynamique de développement en élaborant, avec ces filières, un Contrat pluriannuel d'Objectifs et de Progrès. Il s'agira de construire un programme d'actions collectives permettant aux partenaires de mieux organiser leur activité et d'améliorer leur compétitivité.

L'Union des Ports de Plaisance de Corse bénéficiera du dispositif contractuel avec près de 800 000€ qui seront mobilisés dans les trois prochaines années. L'objectif étant le développement des nouveaux segments de l'offre plaisance, la prospection des clientèles d'étalement et aussi l'innovation dans les outils web de promotion et de commercialisation de la filière.

Le projet ODYSSEA est désormais une réalité dans l'offre nautique régionale. L'ATC et l'Union des Ports de Plaisance de Corse avec les cités pilotes de Rogliano, Calvi, Saint Florent, Ajaccio, Solenzara et Bonifacio, ont œuvré à la structuration de comptoirs maritimes et culturels pour proposer, à la croisée des grandes routes de la Méditerranée, le réseau des escales de découverte ODYSSEA Corsica.

Avec ODYSSEA, l'Agence du Tourisme de la Corse poursuivra sa mission de chef de file du projet. L'objectif sera de créer un réseau régional « on line » d'offres thématiques qui seront les ambassadeurs du « CORSICA MADE », positionnant ainsi la Corse comme une destination maritime et culturelle d'excellence en Méditerranée.

Vanina PIERI

Soutien ODYSSEA

Vision du Réseau des Régions européennes pour un tourisme durable et compétitif, NECSTouR



Cristina Scaletti

Ministre Régionale pour le tourisme de la Région Toscane
Présidente du NECSTouR



Le réseau des Régions européennes pour un tourisme durable et compétitif, NECSTouR soutient ODYSSEA comme le modèle à suivre pour une croissance bleue durable et accessible à tous intégrant le patrimoine naturel et culturel des côtes méditerranéennes.

NECSTouR, l'unique représentant des autorités régionales, des universités, des entreprises et des employés du tourisme en Europe soutient le développement du modèle ODYSSEA, déjà mis en place dans plusieurs Régions membres du réseau, qui met en pratique les principes fondamentaux du tourisme durable et compétitif européen tels que développés dans la Communication 352-2010 de la Commission Européenne: le tourisme durable doit être compétitif, innovant, concerté et mesuré.

Les autorités Régionales ont un rôle fondamental à jouer dans la coordination des différents acteurs du tourisme sur le territoire en vue de développer, financer et mesurer une stratégie touristique intégrée. Les autorités régionales ont un rôle crucial pour négocier au niveau national et européen la dotation liée au tourisme. Enfin, les autorités régionales représentent la diversité de patrimoine culturel et naturel de l'Europe et doivent travailler ensemble pour assurer d'améliorer l'existant et non de recréer in fine des solutions existantes.

La gouvernance, des différents acteurs publics, des acteurs privés et des acteurs sociétaux demeure l'aspect fondamental d'une gestion durable du tourisme. La gouvernance d'une destination touristique répond au modèle de « gouverner sans gouvernement », ou le facteur de succès résulte d'une autorégulation institutionnalisée entre les parties prenantes impliquées.

Le modèle ODYSSEA de développement durable, compétitif et innovant représente une opportunité unique de contribuer à l'établissement de nouveaux compromis de gouvernance du tourisme entre le système de gestion de territoire par l'autorité politique en charge, les parties prenantes du secteur privé, la société civile, les résidents et les organismes administratifs du territoire.

À travers l'exemple et le savoir-faire du modèle ODYSSEA une gouvernance naturelle du tourisme devrait être mise en place ; une gouvernance durable, orientée vers le renforcement de la présence de la destination touristique à travers le patrimoine humain et culturel existant, l'amélioration de la compétitivité des destinations, la meilleure coordination des enjeux et des défis communs aux deux secteurs privé et public, ainsi que l'amélioration du processus normatif et législatif du tourisme.

NECSTouR sera le garant de la bonne gouvernance et de la mise en place d'indicateurs de tourisme durable pour le modèle Odyssea et nous prendrons ce rôle avec l'honneur et le sérieux qui lui est dû.

Cristina Scaletti

Ministre Régionale pour le tourisme de la Région Toscane
Présidente de NECSTouR



La Ley del Turismo de Andalucía de 1999 declara a Andalucía como destino turístico integral, es decir, su promoción y desarrollo comprende la globalidad del sector turístico.

Se plantea como finalidad la obtención del mayor provecho de los recursos turísticos, según criterios de sostenibilidad, con respeto máximo de la cultura y tradiciones andaluzas.

La Orden de 9 de noviembre de 2006 y la de 18 de mayo de 2011 de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, que regulan y desarrollan de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía establece que la competitividad del sector turístico debe basarse en la calidad, la sostenibilidad, la diversificación y la diferenciación, debiéndose preservar los recursos naturales y culturales como base de la viabilidad económica, con especial referencia a los ámbitos del interior y zonas emergentes del litoral.

En este ámbito, el modelo ODYSSEA favorece el alcance de los objetivos perseguidos por dichos instrumentos institucionales de planificación cuya finalidad contribuye a fomentar y consolidar :

- El desarrollo más armónico e integral del sector turístico,
- El equilibrio entre el litoral y el interior, siguiendo los cambios de la demanda, con acciones tales como:
- El embellecimiento de los cascos urbanos, especialmente aquellos con interés histórico, de las ciudades,
- La accesibilidad e información,
- La mejora de los servicios públicos incidentes en el turista,
- La adecuación al uso turístico de los recursos naturales,
- La creación de nuevos productos, diversificando la oferta turística para mejor distribuir los flujos de visitantes a lo largo del año,
- La recuperación de inmuebles de interés histórico o artístico o representativos de la arquitectura tradicional para el uso turístico,
- La puesta en valor de vías verdes, miradores paisajísticos,
- La recuperación y promoción de actividades artesanales, de la gastronomía, creación de museos etnográficos y centros de interpretación, contribuyendo al reforzamiento de las identidades locales.

El proyecto ODYSSEA Andalucía.

Los objetivos del modelo ODYSSEA van en la línea con la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía y, por tanto, se ha valorado positivamente la participación de nuestra región en esta iniciativa, teniendo en cuenta el trabajo previo que ha desarrollado en los últimos años, así como el importante apoyo institucional con el que cuenta (la Misión Interministerial de la Unión por el Mediterráneo, el Instituto Europeo de Itinerarios Culturales del Consejo de Europa o la red europea NECSTouR, por ejemplo).

Con ello se pretende :

- Distribuir en el espacio y en el tiempo los flujos turísticos y así mejorar la cohesión territorial (desarrollo armónico),
- Diversificación de los productos para lograr una oferta global de calidad diferenciada con base en el respeto de las identidades locales que satisfaga los cambios de la demanda y sus motivaciones,
- Organizar las relaciones socioeconómicas entre la ciudad puerto y su territorio rural circundante (cohesión territorial y desarrollo armónico)
- La coincidencia de objetivos y principios rectores entre políticas turísticas nacionales y regionales y los del proyecto odyssea son evidentes.

Y además, los objetivos y la finalidad del programa estratégico ODYSSEA es plenamente coincidente con el objetivo general del Programa Operativo de La Cuenca Marítima Mediterránea y su instrumento de vecindad (IEVP): reforzar la cohesión económica y social para favorecer un desarrollo sostenible, equilibrado y armonioso en la zona mediterránea.

LA JUNTA DE ANDALUCÍA, a través de su Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, se adhirió al modelo de desarrollo económico sostenible ODYSSEA en el marco del proyecto ODYSSEA-SUDOE **“Creación de una red de ciudades marítimas, fluviales y de interior con un modelo de desarrollo turístico integrado basado en sus recursos culturales, náuticos, naturales y enogastronómicos”**, proyecto recientemente finalizado en el cual la metodología ODYSSEA se manifiesta como un nuevo y eficaz concepto de desarrollo socioeconómico desde el mar, a partir de la ciudad portuaria, hacia el territorio interior que la circunda, dirigiendo hacia este los flujos de visitantes, lo cual, consecuentemente, le permite beneficiarse del gasto realizado por aquéllos, generando rentas, empleos, bienestar y, en definitiva, reducir desequilibrios entre ambos espacios.

El modelo ODYSSEA se materializa en un gran atlas web del Mediterráneo, un potente instrumento de promoción y comunicación a los mercados de la oferta turística de los territorios a través de una plataforma tecnológica única interactiva cuyas características fundamentales son:

- Accesible antes, durante y después del viaje, gratuita y ágil a partir de varios soportes de información y comunicación (internet, pantallas táctiles, accesos Smartphone localizados en las OT de la ciudad Odyssea y de sus puertos deportivos) y descargables en los distintos tipos de los llamados Smartphone que pueda llevar consigo los visitantes.
- La información está acertadamente sistematizada en cuatro ejes o escalas temáticos (náutica, cultura, naturaleza, sabores o enogastronomía), lo que facilita en gran medida al usuario la selección de actividades a realizar.
- Incorpora la posibilidad real de reservar y adquirir productos y servicios turísticos (alojamiento, deportivos, espectáculos, restauración, etc), artesanales, agroalimentarios, etc directamente de los establecimientos y productores adheridos a la red Odyssea.
- Para el usuario, el modelo ODYSSEA debe significar la garantía de unos estándares de calidad, singularidad y diferenciación a la hora de adquirir productos y servicios turísticos en toda la red de ciudades ODYSSEA.
- Para los integrantes de la red supone organizar la gestión de su oferta turística con una referencia metodológica común, donde la creatividad, la imaginación, las buenas prácticas y el éxito se transmiten de forma inmediata a través de la plataforma tecnológica,

A la vista de los numerosos reconocimientos supranacionales conseguidos por el modelo de desarrollo territorial sostenible ODYSSEA, la adhesión de tantas regiones y países euro mediterráneos a la red y con la experiencia proporcionada por el proyecto ODYSSEA-SUDOE y teniendo en cuenta que Andalucía ocupa el cuarto lugar en España, tras Baleares, Valencia y Cataluña, con 37 puertos deportivos y 14.000 amarres a lo largo de sus 870 Km de litoral,

LA JUNTA DE ANDALUCÍA quiere aportar su contribución al Libro Blanco ODYSSEA, como miembro de la red

Y
Confirma su objetivo de extender la implementación del modelo ODYSSEA en el mayor número posible de ciudades-puertos de su litoral mediterráneo y atlántico, tratando con ello de contribuir a un desarrollo más equilibrado y armónico de sus territorios.

JUNTA DE ANDALUCÍA

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte - Secretaría general para el Turismo



En primer lugar, la Comunitat Valenciana quiere agradecer la invitación que nos han realizado para aportar nuestro punto de vista sobre la iniciativa ODYSSEA en el prólogo del TOMO 1 de este Libro Blanco ODYSSEA. Para la Comunitat Valenciana la iniciativa ODYSSEA es un ejemplo de cómo se puede desarrollar la política turística de la Unión Europea de una forma coherente y estructurada.

Es indudable el peso e importancia que el turismo tiene para la **Comunitat Valenciana**, pues representa cerca del **13 % del PIB de nuestra región** y genera más del **12% del total del empleo**, sin olvidar su contribución a la vertebración y cohesión de nuestro territorio, a la proyección exterior de la imagen de la Comunitat Valenciana, a la revalorización del patrimonio natural y cultural, etc. En este sentido, las prioridades de la AGENCIA VALENCIANA DEL TURISME (AVT), como organismo al que corresponde la ejecución de la política turística del Gobierno Valenciano, giran en torno a la vertebración, la desestacionalización y el desarrollo del turismo de la Comunitat Valenciana, apostando por el desarrollo del Turismo Náutico, la promoción del turismo de Interior, los itinerarios culturales, la gastronomía, la artesanía, etc. Todo ello está muy relacionado con el objetivo de ODYSSEA en cuanto a implantar un modelo de desarrollo territorial que permita vincular Mar-Ciudad-Interior, con el fin de ampliar nuestra oferta turística basada en el "sol y playa", buscando vías de desarrollo sostenible e integrado que permitan desestacionalizar las prácticas actuales, fomentando vínculos con el territorio.

La Comisión Europea, en su reciente Comunicación -COM(2010) 352 Final-, propone definir un nuevo marco político para el turismo en Europa, basándose en las nuevas competencias introducidas por el Tratado de Lisboa. El objetivo general de esta Comunicación es reforzar el sector turístico de la UE mediante una acción coordinada, a nivel europeo, que complemente las iniciativas de los Estados miembros y, en este sentido, la Comunitat Valenciana comparte la importancia de esta iniciativa y apuesta decididamente por un mayor protagonismo de las regiones, pues somos los actores clave para fomentar el crecimiento del sector turístico.

Desde nuestro punto de vista, los objetivos de la red ODYSSEA van en la línea de esta Comunicación de la Comisión y, por tanto, la AGENCIA VALENCIANA DEL TURISME (AVT) valora positivamente la participación en esta iniciativa, teniendo en cuenta el trabajo previo que ha venido desarrollando en los últimos años, así como el importante apoyo institucional con el que cuenta (la Misión Interministerial de la Unión por el Mediterráneo, el Instituto Europeo de Itinerarios Culturales del Consejo de Europa o la red europea NECSTouR, por ejemplo). Por todo ello, la Comunitat Valenciana está interesada en participar en la creación de esta red estructurada de regiones, ciudades portuarias y territorios rurales asociados, en estrecha colaboración con los sectores profesionales vinculados, para desarrollar una estrategia coherente para la promoción diversificada de la oferta turística y para poner en valor el patrimonio común euro-mediterráneo, con un referencial común que ofrezca visibilidad internacional, y mediante un uso inteligente de las nuevas tecnologías.

Fruto de esta coincidencia de intereses, la AGENCIA VALENCIANA DEL TURISME (AVT) ha decidido asociarse con ODYSSEA mediante su participación, como socio, en el proyecto ODYSSEA TOUR IN MED (Red de Itinerarios y Territorios Turísticos Mediterráneos), dentro de la convocatoria de Proyectos Estratégicos del Programa europeo ENPI CBC-MED. Siendo esta la vía elegida por la Comunitat Valenciana para entrar a formar parte de la red ODYSSEA.

Desde la AGENCIA VALENCIANA DEL TURISME (AVT) estamos convencidos de que los ejes de desarrollo del modelo ODYSSEA, están en perfecta consonancia con nuestros objetivos estratégicos, lo que nos va a permitir, entre otras cosas:

- Poner en valor los recursos de nuestras ciudades y territorios integrados en el proyecto, por mar o por tierra, haciendo uso de las nuevas tecnologías para incrementar la visibilidad y el valor de nuestros recursos turísticos, náuticos, naturales, históricos, culturales, etc.
- Dar a conocer aun más nuestra identidad, nuestro rico patrimonio material e inmaterial, definiendo los vínculos que unen todas nuestras ciudades portuarias y fluviales en el marco de un itinerario cultural Tierra-Mar a nivel regional y transnacional.

- Definir escalas y etapas de la Comunitat Valenciana y Mediterráneas a lo largo de itinerarios temáticos, que permitirán comprender mejor la historia y el patrimonio del territorio marítimo y del interior.

Así mismo, compartimos con ODYSSEA la idea de que el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y su uso cada vez más frecuente por parte de los consumidores, ha modificado profundamente la relación entre la industria turística y sus clientes. Llevamos años trabajando en este sentido y podemos afirmar que la Comunitat Valenciana tiene una amplia experiencia en este sentido, habiendo adquirido, sobre todo en el último año, un creciente protagonismo gracias al trabajo en innovación turística desarrollado por nuestro Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT.TUR), centro especializado en la generación y transferencia de conocimiento turístico, desarrollo de actividades de investigación e innovación (I+D+i).

En conclusión, la Comunitat Valenciana, a través de la AGENCIA VALENCIANA DEL TURISME (AVT) y del INVAT.TUR, intentará aportar su experiencia para el éxito del modelo ODYSSEA.

Más información sobre la Comunitat Valenciana en : www.comunitatvalenciana.com



Para ATB y el Gobierno de las Islas Baleares, este primer Tomo del libro blanco ODYSSEA, resalta, sin lugar a dudas lo importante y exitoso del proyecto ODYSSEA y al respecto lo primero que tenemos que manifestar, como Agencia de Turismo de las Islas Baleares, es la satisfacción por el buen trabajo realizado.

Nos gustaría también felicitar de una manera especial a todos los socios europeos institucionales y privados, los numerosos actores locales y socioeconómicos por su activa participación en el marco de la red, y por fin a la Agrupación Europea de Cooperación ODYSSEA y el Instituto Europeo de Itinerarios Culturales del Consejo de Europa, por la coordinación de la red europea de socios que han integrado este acertado modelo de desarrollo territorial sostenible. A lo largo de estos últimos meses, hemos podido comprobar que los resultados alcanzados han sido exitosamente reconocidos al más alto nivel... Todos los socios y las instituciones nacionales y europeas han destacado y reconocido el interés del modelo ODYSSEA y su papel estratégico...

En este ámbito, cabe destacar que ODYSSEA responde perfectamente al nuevo marco europeo de acción que pretende establecer un enfoque coordinado de las iniciativas relacionadas con el turismo y definir un nuevo marco de acción a fin de reforzar su competitividad y su capacidad para crecer de manera sostenible.

El turismo es una actividad económica capaz, si sabemos afrontar los retos actuales, de generar crecimiento y empleo en la Unión Europea contribuyendo al mismo tiempo al desarrollo y la integración económica y social, en particular, de las zonas rurales, de las regiones costeras, y también de las regiones periféricas, ultra periféricas o en fase de convergencia. Con 1,8 millón de empresas, esencialmente de las pequeñas y medianas empresas, ocupando alrededor un 5,2% de la mano de obra total (o sea aproximadamente 9,7 millones de empleos con una proporción importante de jóvenes), la industria turística europea genera más de un 5% del PIB de la UE, una cifra en constante aumento. Un programa estratégico como ODYSSEA para Europa y la Unión por el Mediterráneo, es una espléndida aventura económica y cultural que supo proponer e implementar un nuevo tipo de asociación geográfica entre las ciudades portuarias y fluviales, sus puertos deportivos y turísticos y los territorios rurales e la zona retro-litoral que la rodean con el refuerzo de las nuevas tecnologías.

El modelo ODYSSEA demuestra que la diversificación de los productos y servicios del turismo con nuevos modelos de valorización y dinamización turística puede ayudar a aumentar la competitividad del destino europeo, especialmente si se ofrece a los turistas la posibilidad de disfrutar de parajes culturales y naturales en la costa o en las zonas rurales o urbanas de interior, permitiendo a todos su actores y profesionales aprovechar una fuente común de desarrollo económico territorial.

Con ODYSSEA SUDOE, hemos construido juntos un enfoque coordinado de iniciativas vinculadas al turismo náutico, cultural, patrimonial y natural... Hemos definido un nuevo marco de acción para reforzar nuestra competitividad y nuestra capacidad para crecer de manera sostenible... en el Mediterráneo y en Europa. Y lo que es extraordinario, en términos de prospectiva, es que ODYSSEA se ha implementado de manera uniforme en todos los territorios transmediterráneos que tienen en común un mar, unas vías navegables y comparten riquezas patrimoniales naturales o culturales, materiales o inmateriales entre las cuales la gastronomía y la artesanía por ejemplo... Al respecto cabe destacar el excelente trabajo de los socios europeos que ha permitido conseguir un reconocimiento del modelo ODYSSEA al más alto nivel de los Estados miembros y de la Comisión Europea. Su aprobación por el Consejo Cultural del Union por el Mediterráneo (UpM) y su candidatura ante el Instituto Europeo de los Itinerarios Culturales del Consejo de Europa como plataforma común a los itinerarios culturales europeos existentes refuerzan sin duda el trabajo y las perspectivas de crecimiento de los socios europeos del espacio Suroeste integrados a la red :En efecto, los itinerarios culturales ODYSSEA, que se estructuran a partir de las puertas de acceso que son los puertos, pueden ser de naturaleza muy distintas, responder a las expectativas de clientelas variadas y con objetivos diferentes, pero tienen el gran mérito de ser palancas excepcionales de reconocimiento y valorización de todo un territorio.

Este Libro Blanco es la confirmación de un magnífico aliento común hacia un modelo euro mediterráneo y desde el Govern de les Illes Balears, en estrecha colaboración Francia, Portugal, Italia, Grecia, Túnez, Líbano, Marruecos, . . . que han decidido también implementar el modelo de referencia, hemos confirmado nuestro compromiso con el modelo ODYSSEA.

Después del anuncio oficial realizado durante el ITB de Berlín, el Govern de les Illes Balears y su Conselleria de Turismo i Esports va seguir implementando el modelo ODYSSEA, en nuevas ciudades y territorios de su archipiélago con el fin de consolidar este modelo común de desarrollo económico turístico, náutico y cultural con una lógica regional de gestión sostenible gracias a la valorización de los itinerarios históricos (sello del Consejo de Europa) que asocian el espacio marítimo insular con el territorio rural, el patrimonio y la cultura local.

ODYSSEA concreta este objetivo permitiéndonos trabajar con un referencial común, en el marco de una red que tiene en cuenta las especificidades de cada uno, y ofrece una visibilidad transnacional...



Franco CUCCUREDDU
Président Rete dei Porti Sardegna



La navigation de plaisance et les marinas sont stratégiques en Sardaigne afin de construire et poursuivre, avec détermination, un nouveau modèle de développement durable.

Comme indiqué dans le Rapport sur le tourisme nautique, publié en octobre 2009, le plaisancier dépense en moyenne un total de 30 499 € par an. Dans les principaux ports de la Sardaigne, la moyenne des dépenses quotidiennes par passager embarquant dans les maxi yachts en transit (SYS source) est de 1 850 €. Dans le calcul du total des dépenses sont bien sûr inclus les coûts d'amarrage, ceux pour le carburant, les frais d'agence maritime et des services portuaires, mais aussi les dépenses en restaurant, véhicules de transport commercial et/ou de divertissement, en vol et en dépenses culturelles.

Un autre aspect important est la formation des professionnels dans le domaine de la marine et du port : les gestionnaires de port, les opérateurs de maintenance, de l'électronique... mais aussi les opérateurs de services d'affrètement, les professionnels des secteurs de la plongée, de la pêche, du tourisme, des sports nautiques...

Aujourd'hui la Sardaigne compte 16 848 places amarrées dans les ports et les marinas. A cela il faut ajouter environ 2000 places disponibles dans les domaines des bouées et des points d'amarrage qui par, leur nature, ne sont pas facilement ciblables.

Les installations portuaires de la Sardaigne montrent une absence totale d'homogénéité, tant en ce qui concerne la quantité et la qualité des services offerts, qu'à l'égard de la propriété ou de la gestion des ports.

Dans ce contexte de fragmentation profonde de l'offre et de diversité de la nature juridique des organes de gestion, est née la nécessité d'une association faisant le lien entre les opérateurs touristiques des installations portuaires, qui a pris la forme d'un consortium et qui a été dénommée « Consorzio Porti turistici della Sardegna, Rete dei Porti Sardegna ». Formé en 2001 par quatre entités publiques, le réseau du Consortium des Ports de Sardaigne associe aujourd'hui 19 des principales installations portuaires en Sardaigne et vise à combiner toutes les marinas de cette région, en élevant le niveau des services, en limitant la concurrence interne, en établissant des plates-formes de gestion commune et en essayant de conquérir de nouveaux marchés de loisirs. Les nombreuses difficultés rencontrées n'ont pas empêché la Sardaigne, grâce au travail du Consortium des Ports et des autres opérateurs du réseau très qualifiés, de devenir la première destination des maxi-yachts dans le monde et l'une des destinations les plus populaires pour tous les marins qui traversent la Méditerranée.

Toutefois, une politique visant à promouvoir la culture de la mer s'avère aussi nécessaire. Nos villes sont très riches en témoignages, en musées, expositions anthropologiques et ethnographiques liés à la culture rurale et à la culture de la mer, de la pêche, de la construction navale, du trafic maritime, donc Rete Porti Sardegna a décidé de participer activement à la démarche ODYSSEA, dans un premier temps avec un projet France Italie Maritime qui a impliqué quatre ports pilotes du réseau et à présent, en donnant la possibilité à tous ces associés de rentrer dans ce système gagnant du nautisme en Méditerranée.



Carlos BEATO

Carlos Beato - Presidente do Município de Grândola - Presidente da Entidade Regional de Turismo "Turismo do Alentejo Litoral"



CONTRIBUTO DO PRESIDENTE DO MUNICÍPIO DE GRÂNDOLA E PRESIDENTE DA ENTIDADE REGIONAL DE TURISMO "TURISMO DO ALENTEJO LITORAL"

É, para o Presidente do Município de Grândola e da Região de Turismo da Costa Alentejana um privilégio, mas também uma exigência responsável, dar o nosso contributo para o Livro Branco ODYSSEA, que assinalará mais uma importante etapa do processo de implementação e certificação do modelo ODYSSEA como um dos mais exemplares projectos de desenvolvimento integrado e sustentado dos territórios marítimos e de criação de uma rede articulada e coerente entre as cidades portuárias e fluviais, os seus portos de recreio e turismo, as suas zonas rurais e o seu interior. É um privilégio, por estarmos associados a um projecto de referência a nível internacional, que tem vindo a conquistar merecida projecção e amplitude e que muito tem contribuído para a afirmação do nosso território como um novo Destino Turístico e inclusivamente para a projecção do nosso País no plano internacional.

Para Portugal o Turismo é um dos sectores estratégicos prioritários, aspecto claramente assumido nas políticas governamentais. Responsável por mais de 11% do PIB nacional o Turismo assume uma importância crescente na actividade económica do País, podendo constituir a mais significativa alavanca do relançamento da economia, de geração de riqueza e, conseqüentemente, de criação de mais e melhores oportunidades.

No âmbito desta estratégia nacional a Região do Alentejo Litoral assume particular destaque. De facto, o Concelho de Grândola e a Costa Alentejana têm vindo, nos últimos anos, a atravessar um processo marcante de desenvolvimento sustentado e de afirmação das potencialidades dos seus territórios. Com a maior e mais bem preservada frente marítima da Europa (e a terceira maior do Mundo), com um património natural, ambiental, cultural e histórico relevante, com uma gastronomia rica e diversa, conjugando os aromas do mar com os sabores típicos do Alentejo, a Costa Alentejana tem vindo a conquistar novos públicos, a contribuir para a diversificação da oferta turística nacional e a constituir um factor determinante da promoção e valorização da Região Alentejo.

A adesão do Município ao Projecto ODYSSEA, num momento tão relevante, veio potenciar ainda mais este desenvolvimento, oferecendo mais notoriedade, uma ampla divulgação internacional das características ímpares de que dispomos, e criando efeitos multiplicadores na procura turística, nomeadamente através da utilização das novas e mais modernas tecnologias de informação e comunicação. Por outro lado, a participação numa rede alargada de territórios marítimos e a partilha de experiências e boas práticas, em torno de um projecto de desenvolvimento sustentado que privilegia as múltiplas potencialidades dos lugares e promove os seus saberes, as suas tradições, usos e costumes, têm constituído um factor de enriquecimento da oferta turística existente no Concelho de Grândola e na Costa Alentejana, com resultados muito significativos como os que foram alcançados ao longo do ano de 2011, colocando a Costa Alentejana como um dos Destinos turísticos nacionais com maior crescimento.

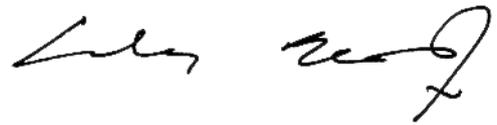
Por todas estas razões é, também, uma exigência responsável o nosso contributo para o Livro Branco Odyssea, por quanto este projecto nos tem ajudado neste rumo que temos vindo a trilhar, com sucesso, de construção de um Destino Turístico de Excelência e na sua constante valorização.

Portugal foi, em tempos remotos, um País de Descobridores. Saindo do interior, fizemo-nos ao mar e fomos em busca de novos mundos para o mundo. Através do mar e do que descobrimos criámos riqueza e afirmámos o nome de Portugal além fronteiras. Hoje, no âmbito do projecto ODYSSEA que abraçámos e em que estamos profundamente empenhados, estamos a percorrer o caminho inverso. Através do mar, meio privilegiado de comunicação e de intercâmbio, estamos a redescobrir o território que nos pertence: o interior mineiro onde evocamos a gesta tantas vezes heróica de homens e mulheres que nas profundezas da terra, nela extraíam as riquezas que encerra; as aldeias rurais, que mantêm a tipicidade a tranquilidade tão características do Alentejo; os nossos vinhos, que conquistam os paladares mais exigentes e que obtêm as maiores distinções nos mais prestigiados concursos internacionais; os nossos monumentos, símbolos de um tempo que foi também o nosso e onde afirmámos a identidade desta Terra de amigos que sabe e gosta de receber bem quem a visita.

É pois com enorme orgulho e acrescida responsabilidade que assumimos a nossa participação no projecto ODYSSEA, reafirmando o nosso desejo, a nossa vontade e a maior disponibilidade para o alargar aos restantes territórios da Costa Alentejana e a outros pontos do nosso País, contribuindo deste modo para o reforço de uma Rede que promove o desenvolvimento integrado e assume o seu carácter universal com base nas potencialidades e na identidade de cada um dos locais, dando ainda mais vida às zonas rurais e ao interior anteriormente ostracizado.

Para o Concelho de Grândola e para a Costa Alentejana esta é uma Odisseia que queremos levar a bom porto.

Carlos BEATO

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carlos Beato', written in a cursive style.



Didier CODORNIU

Vice-Président Région Languedoc-Roussillon
Maire de Gruissan



Gruissan est un village authentique du Languedoc-Roussillon avec une station et un port ouverts sur le golfe du Lion, situé dans le Parc naturel de la Narbonnaise en Méditerranée, entre le massif de la Clape, les Corbières et la mer Méditerranée.

La genèse du projet ODYSSEA, né au sein de l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon, est liée à une forte interrogation sur le développement des escales nautiques dans notre région, le positionnement du port de plaisance non pas comme outil technique ou parc à bateaux, mais en tant qu'acteur touristique majeur et nouvelle place commerciale ouverte aux filières terroirs en réponse à l'importante crise viticole que nous traversons en 2006.

C'est de là qu'est née l'idée de nouer des liens forts entre un littoral en pleine expansion et son avant-pays, riche de culture, de patrimoine, de gastronomie, avec des paysages exceptionnels mais ne bénéficiant pas ou peu de la forte fréquentation de la frange maritime.

Cela nous a amenés à structurer l'offre de Gruissan, non pas en termes de station balnéaire exclusivement, mais comme une destination touristique portuaire avec un territoire à découvrir à une heure de voiture et en associant et impliquant la population locale aux thèmes identitaires à valoriser.

En quelque sorte, passer du tout héliotropisme mis en place par la Mission Racine d'aménagement du Languedoc-Roussillon à un tourisme plus actif prenant en compte les évolutions des attentes et tendances des clientèles plus avides d'échanges, de découverte et d'immersion dans une culture locale empreinte d'authenticité et humaine.

C'est en structurant nos offres pour une plus grande attractivité autour de quatre escales thématiques : Nautique, Saveurs et Art de Vivre, Culture et Patrimoine, Nature et Découverte, que nous sommes entrés de plain-pied dans ODYSSEA. Ce projet est piloté par l'Office de Tourisme**** qui intègre la capitainerie du port et qui, par son investissement humain et financier, avec l'aide de l'Europe, de la Région Languedoc-Roussillon, et du Département de l'Aude, a fait de Gruissan la Cité pilote européenne d'ODYSSEA.

Ce qui m'a séduit, c'est l'invitation au voyage faite à l'attention de nos visiteurs, la rencontre entre notre histoire qui a débuté à l'époque romaine, lorsque Gruissan, village bimillénaire, est devenu la préfecture maritime du port de Narbonne, alors 2ème port de Méditerranée après celui d'Ostie de Rome, et par lequel la vigne a été implantée en Languedoc-Roussillon.

En effet, le développement des civilisations méditerranéennes est issu de cette itinérance et son évolution moderne s'est traduite de nos jours par le développement de la plaisance et les escales qui en découlent. Aborder un port, c'est entrer et découvrir un territoire que nos « anciens » ont façonné de leurs mains. C'est aussi mettre en valeur un patrimoine naturel exceptionnel où l'Homme a su préserver la nature, tout en s'y développant harmonieusement, sans en négliger les apports économiques de son espace de vie et le respect des marques territoriales de qualité : Sud de France et Pays Cathare.

Ce développement touristique durable, au cœur duquel l'Homme a une place privilégiée, est un modèle d'intégration de tous les atouts d'une station qui va bien au-delà de ses limites administratives, pour en faire une véritable destination touristique.

La haute saison ne suffit plus. Il faut - pour mieux vivre « au pays » comme le disent les « anciens » - allonger la saisonnalité, moyen concret de promotion d'un tourisme responsable et de qualité, veiller à une meilleure répartition des habitants et des activités sur les territoires, veiller à créer un équilibre entre développement économique et environnement.

L'engagement sur le modèle ODYSSEA garantit la mise en cohérence avec les politiques régionales et le soutien de projets intégrés de tourisme nautique, culturel ou de loisirs en s'appuyant sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

D'ailleurs, au-delà de Gruissan, j'ai initié ce projet au sein de la Communauté d'Agglomération du Grand Narbonne dont je préside la Commission Tourisme, afin de mailler notre territoire, fait de près de trente villages ruraux regroupés autour de Narbonne, ville romaine

par excellence - qui disposera bientôt d'un musée de la Romanité créé par la Région - et adossés à un littoral organisé. En s'engageant à cette échelle, le projet ODYSSEA a pour ambition de redonner des fondations au développement économique territorial en faisant des communes rurales de véritables pôles touristiques attractifs basés sur les identités locales, les patrimoines, les us et coutumes, les savoirs et savoir-faire locaux comme la viticulture, identité forte du territoire. . . et en grande difficulté.

Mais bien plus encore, Gruissan, en nouant des partenariats avec l'arrière-pays, met en place un itinéraire culturel Terre/Mer, reliant la Méditerranée aux Hautes Corbières afin de valoriser des sites, paysages et villages ayant un intérêt patrimonial remarquable, emblématiques de notre territoire audois : les Châteaux cathares, Duilhac, Cucugnan, Lagrasse, le musée Amphoralis à Sallèles, ou la Cité de Carcassonne et des pôles agri-tourisme comme l'Oulibo ou les vigneron des Terroirs du Vertige.

Au-delà des mots, nous avons mis en place sur Gruissan des innovations, des outils de mise en valeur de nos atouts, structurés autour d'itinéraires thématiques reprenant les quatre escales ODYSSEA.

Les technologies de l'information et de la communication que sont Internet, les Smartphones, les GPS, les audioguides par téléphonie mobile, les tablettes numériques, les bornes interactives, la géolocalisation des sites et itinéraires, les « landVision », la signalétique avec notamment les flash-codes ou les balises interactives. . . ont permis de structurer et organiser l'itinérance et la mise en réseau d'acteurs au travers de notre projet.

Par leur mise à disposition auprès des clientèles, notre capitainerie et notre Office de Tourisme**** se sont positionnés en comptoirs culturels d'information en développant les NTIC, afin d'être un modèle d'office de tourisme du futur rendant accessibles au plus grand nombre les informations pour leur permettre de préparer leurs vacances et créer leur carnet de voyage, de venir consommer sur place et de faire partager avec leurs amis leur séjour par l'intermédiaire, notamment, des réseaux sociaux.

Un tel projet de mise en réseau territoriale ne peut se concevoir sans le développement d'une offre touristique structurée, bien positionnée sur les différentes filières prioritaires définies avec des produits de qualité, et des labels forts comme Sud de France et Aude Pays Cathare.

D'autre part, le pilier économique ne doit pas être occulté, bien au contraire. Le tourisme est la première ressource de notre région, et bien entendu de Gruissan. L'évaluation à terme de ce vaste projet est l'augmentation de la fréquentation touristique du réseau, l'amélioration du panier moyen des clientèles avec une montée en gamme de celle-ci et une mise en marché dynamique de l'offre de l'ensemble des acteurs partenaires du territoire, notamment en proposant des produits assemblés ou secs, achetables sur le net.

Pour conclure, j'affirme que la pertinence du programme réside aussi par sa capacité à développer une communauté d'intérêt économique avec les filières professionnelles et les communes partenaires du territoire grâce à la mise en place d'actions collectives et l'utilisation d'outils communs.

La mise en réseau de la ville de Gruissan atteste de notre forte volonté à travailler avec les acteurs du rural et concrétise une vraie solidarité avec les acteurs viticoles et agricoles des terroirs de l'Aude.

L'enjeu stratégique du projet de Gruissan trouve aussi son grand intérêt dans sa capacité à se développer en cohérence avec l'ensemble des pays de la Méditerranée, dans la région Languedoc-Roussillon, le département de l'Aude, l'agglomération du Grand Narbonne par la création d'un nouvel itinéraire historique commun, mettant en synergie notre littoral et les villages de l'arrière-pays.

Enfin, avec une vision tournée vers la Méditerranée, ODYSSEA, soutenu par Christian Bourquin, Président de la Région, sera la 3ème voie historique du Languedoc-Roussillon par la mer, le canal du Midi et le canal Rhône à Sète, en structurant le réseau des villes portuaires « Sud de France » des voies historiques et modernes : Mer – Canal du Midi, Ports, Cités Portuaires et Terroirs culturels.

Notre objectif est la labellisation par le Conseil de l'Europe au titre des « Grands Itinéraires Culturels Européens ».

C'est un grand programme d'avenir, qui nous plonge dans le 21ème siècle et qui va se connecter aux autres itinéraires culturels des régions de la Méditerranée, pour affirmer la place « Phare » du Languedoc-Roussillon.

Didier CODORNIU



PRÉAMBULE

ODYSSEA® Tourisme exemplaire du XXI^{ème} siècle réunit les citoyens de l'Euro-Méditerranée



Serge PALLARÈS

Président du Groupement Européen de Coopération ODYSSEA
Président de la Fédération Française des Ports de Plaisance
Président de l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon
Chevalier de la Légion d'Honneur

C'est une grande fierté d'imaginer dans le Livre blanc ODYSSEA, la grande Odyssée des villes-ports, témoins de notre civilisation et aujourd'hui patrimoines phares de notre avenir commun.

La Fédération Française des Ports de Plaisance a lancé, en 2007, le programme ODYSSEA afin de développer un écotourisme pour mieux protéger, valoriser et faire aimer nos ports, nos villes portuaires en lien avec les grands espaces naturels maritimes et fluviaux, les villages ruraux, les paysages culturels, les espèces, les patrimoines. Une invitation lancée aux amoureux du cabotage pour larguer les amarres et partir à la découverte des ports et terroirs. Un développement territorial durable et solidaire s'organise à hauteur de coeur d'homme qui s'attache aussi à la valorisation et la promotion de nos savoir faire traditionnels : la vigne, le sel, la pêche, la gastronomie, l'artisanat... notre identité et notre culture !

Je tiens à rendre hommage à Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication et Frédéric LEFEBVRE, secrétaire d'État chargé du Tourisme qui soutiennent notre programme avec l'aide de leur service qui se sont investis sans compter. La présence à nos côtés, dès le début, des élus du littoral (ANEL), et aujourd'hui des élus des communes touristiques (ANMSCCT), des principales régions et pays de la Méditerranée, des acteurs du tourisme et de la culture, est pour nous un signe fort de leur engagement et préfigure une étape décisive dans la construction du réseau exemplaire des ports et territoires dans le modèle ODYSSEA et la promotion des routes historiques maritimes.

Aujourd'hui, des régions, des communes s'engagent au sein de la Task Force ODYSSEA et finalisent leur projet « cités et territoires ODYSSEA – escale patrimoine phare de la Méditerranée ». Un itinéraire culturel des ports « portes d'accès aux territoires » devient une réalité dans les valeurs de l'UNESCO et du Conseil de l'Europe. ODYSSEA a été présenté comme projet exemplaire lors de la réunion ministérielle de l'Union pour la Méditerranée sur le tourisme qui s'est tenue à Barcelone le 20 mai 2010. La Présidence espagnole de l'Union européenne a recommandé l'extension du modèle sur tout le pourtour méditerranéen. Une réalité soutenue par l'État, les Régions, l'Europe qui entendent ainsi renforcer les relations entre l'économie, la culture du littoral et celles des territoires ruraux, pour une meilleure attractivité et compétitivité des territoires de la destination Méditerranée.



L'objectif du Livre blanc est de définir un cadre d'actions capables de mettre en réseau les 1 500 villes-ports et les 7 millions de plaisanciers qui naviguent en Méditerranée. La coopération ODYSSEA s'adresse à la France et aux 22 pays méditerranéens et européens par la création de routes maritimes, en s'appuyant sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ces routes maritimes des grands navigateurs, découvreurs, du voyage d'Ulysse, de Saint Paul... sont le prolongement des itinéraires labellisés par le Conseil de l'Europe comme la Route des Phéniciens, les Chemins de Saint-Jacques de Compostelle, Route de l'olivier, du vin, la Via Francigena... Une coopération qui concrétise un projet stratégique visant à renforcer la compétitivité et la capacité à croître de façon durable les destinations fédérées par une histoire et des enjeux communs.

Je tiens à remercier tout particulièrement la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCI) qui a présidé nos travaux avec ma toute ma gratitude à Michel Cazaubon pour ses compétences et l'Institut Européen des Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe pour son engagement à nos côtés et son grand professionnalisme, avec une pensée particulière à Michel Thomas-Penette, son directeur.

A l'heure actuelle et suite à l'accord-cadre signé avec le ministère du Tourisme, notre volonté est de bâtir le référentiel « Qualité tourisme des ports et destinations ODYSSEA » dans l'objectif de concrétiser un réseau exemplaire fédérant l'ensemble des communes - ports euro-méditerranéens à l'horizon 2013. Le Livre blanc ODYSSEA est lancé, il sera le document de référence, le guide du modèle ODYSSEA, une procédure de codécisions, une vision euro-méditerranéenne partagée qui nous permettra de disposer d'un grand projet concret de coopération territoriale à développer.

Serge PALLARÈS



SOMMAIRE

Livre Blanc - Tome 1

PRÉFACES

P 5

PRÉAMBULE

P 36

INTRODUCTION

P 40

CONTEXTE

P 44

CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 1

**GOVERNANCE TERRITORIALE ET
MODÈLE D'ORGANISATION ÉCONOMIQUE**

P 47

CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 2

POLITIQUE QUALITÉ

P 72

CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 3

**MARKETING & INNOVATIONS &
INVESTISSEMENTS STRUCTURANTS**

P 106

CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 4

CULTURE ET PATRIMOINE

P 124

CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 5

ENVIRONNEMENT

P 154

CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 6

FORMATION

P 170

LES SOUTIENS OFFICIELS ODYSSEA

P 175

**CONTRIBUTIONS DES INSTITUTIONS, DES
RÉGIONS ET DES TERRITOIRES PILOTES
ODYSSEA**

P 178

LES MEMBRES

DE LA TASKFORCE ODYSSEA

P 214

LE COMITÉ SCIENTIFIQUE ODYSSEA

P 217

ANNEXES

P 220

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Philippe Calamel, Directeur de projet ODYSSEA France-Europe

« Parce que tout a commencé par la mer, la navigation, les ports, l'organisation territoriale de la cité, les mythes, les religions, les découvertes, les arts, les échanges culturels et commerciaux... ODYSSEA inscrit la ville-port au sein d'un grand itinéraire culturel européen dont les escales de l'histoire trouvent écho dans chacune des destinations portuaires ODYSSEA. Il favorise, avec ses interconnexions au sein de l'espace maritime et fluvial européen, la prise de conscience d'une identité européenne portée par des valeurs et des cultures communes. »



ODYSSEA est une ouverture du port sur la richesse de la mer, des voies fluviales et des terres pour vivre la culture, les savoir-faire et l'hospitalité des gens d'ici. De la cité portuaire chargée de l'histoire des pays et porteuse de grands projets pour l'avenir, l'Odysée des temps modernes est ouverte...

Cette nouvelle organisation territoriale Mer & Terre, plus solidaire, constitue un moyen fonctionnel incontournable destiné à dynamiser les destinations, à favoriser l'attractivité des territoires ainsi que leur développement touristique et économique.

La valorisation touristique et culturelle des ports, l'essor de la plaisance, de la croisière, du tourisme fluvial constituent une chance et un enjeu stratégique générant des retombées économiques importantes qui participent fortement à l'attractivité d'un territoire. Le tourisme regroupe en Méditerranée 275 millions de touristes internationaux, et produit 181 M€ de recettes pour des dépenses d'escale de 150 à 218€ nuit-passager. Un constat qui pose bien les enjeux stratégiques et économiques du projet ODYSSEA et son potentiel pour l'emploi.

La rédaction du Livre blanc a été conduite au sein d'une Task Force Euro-méditerranéenne ODYSSEA pour travailler sur une vision partagée du modèle.

Le Livre blanc ODYSSEA détaille la charte territoriale de développement durable ODYSSEA en termes de gouvernance, de modèle économique, social, environnemental, culturel, d'éthique et de qualité.

Il a été rédigé dans le cadre d'une mission d'appui interministérielle Tourisme, Culture et Communication, Agriculture, Aménagement du Territoire, Ecologie, Développement Durable, Union Pour la Méditerranée, présidée par le Secrétariat d'Etat au Tourisme (DGClS Direction du Tourisme), et a profité du concours d'une Task Force européenne et d'un comité d'experts dirigé par Michel Thomas-Penette, Directeur de l'Institut des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe. Le Livre blanc présente plusieurs soutiens officiels sous forme de préfaces et de contributions.

La rédaction du Livre Blanc est le fruit du retour d'expériences suite aux différents programmes de coopération territoriale européenne menés :

Odyssea FIM - France Italie Maritime - Odyssea SUDOE - Sud Ouest Européen - Odyssea TPE - Tourisme Ports Environnement



Programme cofinancé par le Fonds Européen du Développement Régional



Pourquoi le Livre blanc ODYSSEA ?

Il était fondamental, dans un objectif de mise en réseau exemplaire euro-méditerranéen des villes – ports et terroirs culturels, de définir collectivement des « langage et référentiel communs ». L'enjeu majeur est en effet de repenser un autre modèle de développement durable du tourisme, une vision partagée du réseau des ports – communes portuaires et des villages des territoires ruraux intégrés. Le Livre blanc ODYSSEA précise les perspectives euro-méditerranéennes communes qui sont développées collectivement et en réseau. Il décrit les solutions destinées à assurer la communication et la promotion des destinations labellisées, des offres et services via les

Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et des accueils innovants. Il va permettre de formaliser le dossier de demande de labellisation au titre des « Grands Thèmes » destinés à faire d'ODYSSEA un Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe. Ce document fondateur concrétisera les engagements de la formalisation des candidatures des Régions, Ports, Communes, Territoires comme « Etapes des Itinéraires culturels ODYSSEA, des Escales Patrimoines Phares de la Méditerranée » et demain de l'Atlantique. . .

Trois Tomes du Livre blanc, trois périodes pour engager une coopération exemplaire :

Le TOME 1 du Livre blanc ODYSSEA, présenté officiellement le 5 décembre 2011 dans sa version « France » et « Union pour la Méditerranée » sous la présidence du secrétaire d'Etat au Tourisme, avec le soutien du ministre de la Culture et de la Communication et de l'ensemble des partenaires, ouvre officiellement la concertation en 2012 avec nos partenaires en France et dans les pays euro-méditerranéens. Il sera publié et disponible en ligne à l'occasion de sa présentation à la Région Languedoc-Roussillon le 4 mai 2012.

Le TOME 2 va concrétiser la vision méditerranéenne et européenne du modèle ODYSSEA. Son pilier « Culture & Patrimoine » sera finalisé en 2012 pour la candidature ODYSSEA au Conseil de l'Europe et fera l'objet d'une « édition spéciale » pour la présentation du pilier « Culture & Patrimoine » à l'occasion de « Marseille 2013 ».

Le TOME 3 décrira le référentiel de la Charte Qualité ODYSSEA qui prend appui sur les quatre piliers du développement durable et sera rédigé par une commission Qualité.

Le TOME 3 sera publié en décembre 2013. Il illustrera les impacts, les résultats et présentera des actions exemplaires menées depuis 2010. **Il définira la stratégie et la contribution du réseau ODYSSEA pour la politique européenne 2014 / 2021.**

- L'environnement au sens écologique et urbanistique – management environnemental global et démarche des ports propres, relations avec l'hinterland, montée en gamme des services et des commerces sur le port en lien avec les territoires ruraux.
- Le développement économique, notamment la valorisation économique de toute la filière nautique par la structuration de la plaisance et la mise en place de synergies avec les entreprises des trois autres thématiques ODYSSEA : Culture, Saveurs, Nature.
- Le volet social comprenant la responsabilité sociale des entreprises et l'emploi-formation.
- le volet culture et identitaire, avec un travail sur les imaginaires touristiques liés aux villes-ports et à leurs hinterlands, la mise en réseau des destinations portuaires sur les Chemins de l'Histoire constituant un grand thème des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe.



ODYSSEA dans le modèle des itinéraires culturels

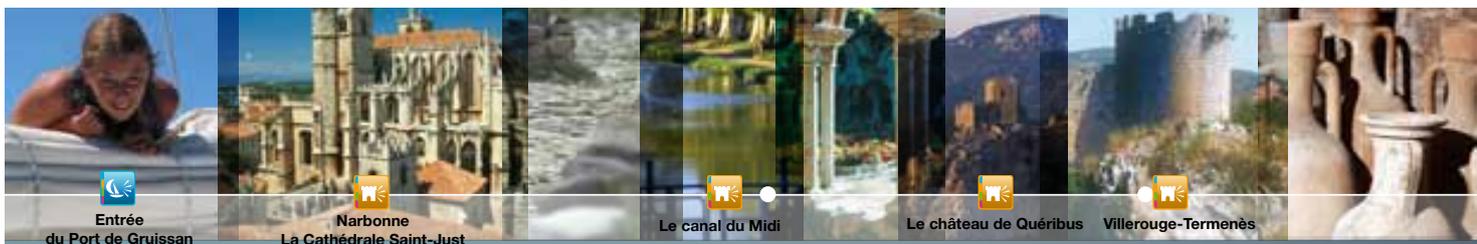
Michel Thomas-Penette, Directeur IEIC

En cherchant à traduire de manière concrète et visible pour tous les Européens les principes fondamentaux de la Convention Culturelle Européenne, des experts, réunis en 1960 par le Conseil de l'Europe pour réfléchir sur les mesures à prendre afin « d'améliorer la prise de conscience collective des hauts lieux culturels de l'Europe et de leur incorporation dans la civilisation des loisirs », se sont orientés vers l'idée d'une découverte par le voyage : « Le groupe de travail a estimé qu'il convenait d'accorder une importance plus considérable aux voyages culturels qui sont l'une des meilleures utilisations des loisirs. De tels voyages doivent en effet, constituer non seulement le complément visuel et l'illustration d'une éducation de base acquise à l'école, mais encore une expérience humaine et une occasion de développer la sensibilité personnelle. » Mais il a fallu attendre les années quatre-vingt pour que le programme des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe soit mis officiellement en place sur la base des grands parcours qui, au Moyen Âge, permettaient à de nombreux pèlerins venus de différentes régions d'Europe de rejoindre l'un des hauts lieux de pèlerinage : la cathédrale de Saint Jacques de Compostelle et la tombe de l'apôtre. Ce programme a été préparé entre 1984 et 1987 à la suite d'une Résolution politique de l'Assemblée Parlementaire du Conseil de l'Europe. Il a été adopté et mis en œuvre à partir de 1987 au sein du Conseil de la Coopération culturelle et sa visibilité politique a été affirmée par une réunion et une Déclaration à Saint-Jacques de Compostelle en octobre 1987, en présence de ministres de la culture de pays membres du Conseil de l'Europe.

Par itinéraire culturel européen, on entend, depuis l'origine du programme, « un parcours couvrant un ou plusieurs pays ou régions, et qui s'organise autour de thèmes dont l'intérêt historique, artistique ou social s'avère européen, soit en raison du tracé géographique de l'itinéraire, soit en fonction de la nature et/ou de la portée de son contenu et de sa signification. La qualification « européenne » d'un itinéraire implique une signification et une dimension culturelles autres que purement locales. L'itinéraire doit s'articuler autour d'un certain nombre de points forts, lieux particulièrement porteurs d'histoire et représentatifs de l'identité culturelle européenne. »

C'est ainsi que les parcours vers Rome, puis de Rome vers Jérusalem, les pèlerinages vers les sanctuaires dédiés à saint Michel et ceux consacrés à saint Olav dans le Nord de l'Europe, sont venus progressivement s'ajouter à ce premier itinéraire afin de donner une image cohérente et la plus fidèle possible des grandes routes terrestres qui ont structuré l'Europe des villages et des villes. Des axes long desquels, après les armées romaines, des pèlerins, des étudiants, mais aussi des populations migrantes, tentant d'échapper à des conflits ou cherchant un emploi dans les territoires industriels, ont ainsi été privilégiés. Sans oublier cependant que les déplacements maritimes des Européens, de la Méditerranée - étendue à la Mer Noire jusqu'à l'Atlantique et à la Mer Baltique ont fait également l'objet de l'élection de thèmes importants. Ce sont les voies des Vikings, des Phéniciens, ou des marchands de la Hanse qui nous permettent tout particulièrement de prendre conscience de l'ampleur de ces échanges.

Lorsque l'on constate l'évolution récente des pratiques culturelles liées au tourisme et aux loisirs, on ne peut qu'être frappé par l'aspect visionnaire et prospectif de la démarche que le Conseil de l'Europe a ainsi inaugurée il y a vingt-quatre ans. En choisissant de promouvoir le programme des Itinéraires culturels, il lui fixait d'abord un objectif de citoyenneté. Il lui demandait en effet « de rendre plus visible, de valoriser davantage et de faire vivre aux citoyens de l'Europe leur commune identité culturelle », c'est-à-dire de rendre concret et visible un des piliers fondamentaux de la Convention Culturelle Européenne qui consiste à encourager pour les nationaux de chaque pays signataire « l'étude des langues, de l'histoire et de la civilisation des autres (pays signataires). » Cette expérience personnelle peut en effet avoir lieu lors de la visite de patrimoines qui sont présentés dans le contexte d'une interprétation et d'une médiation européenne, en retrouvant des légendes ayant voyagé en Europe avec les pèlerins, en découvrant la musique composée au Moyen Âge dans l'échange entre les deux rives de la Méditerranée, en cheminant lentement le long de parcours pédestres, dans la découverte du paysage, dans le dialogue avec celui qui vient d'un autre pays ou d'une autre culture. Le Conseil de l'Europe affirmait également un devoir de mémoire, en proposant qu'un itinéraire s'articule autour de points forts, que ce soient des sites archéologiques ou des sites industriels, des parcs



Entrée du Port de Gruissan Narbonne La Cathédrale Saint-Just Le canal du Midi Le château de Quéribus Villerouge-Termenès

Escalé Saveurs Escalé Nautique Escalé Nature Escalé Culture

L'itinéraire « côté Terre » présentation des TIC de valorisation et d'interprétation du patrimoine, des savoir faire ... le développement d'applications e.tourisme sur mobile : Smartphones, iphone, GPS... Le site web 2 de Gruissan et le nouveau concept d'atlas de destinations Odyssea, de géopositionnement des prestataires, des offres, des services.

Sur les chemins de l'histoire

historiques ou des cimetières significatifs. On peut dire enfin que ce programme constitue une réponse concrète à l'une des demandes de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine architectural de l'Europe concernant l'information et la formation des publics touristiques, tout particulièrement pour les jeunes Européens.

Mais le Conseil de l'Europe souhaitait aussi que les itinéraires apportent des réponses à l'aménagement du temps libre, en « donnant aux citoyens de nouvelles possibilités d'épanouissement dans leur temps de non-travail » ainsi qu'aux nouvelles nécessités de l'aménagement culturel des territoires européens, et ceci « en sauvegardant et en mettant en valeur le patrimoine culturel européen comme facteur d'amélioration du cadre de vie et comme source de développement social, économique et culturel ». De la Convention de Grenade (1985) à celle de Faro (2005), ou Convention-cadre du Conseil de l'Europe sur la valeur du patrimoine culturel pour la société, en passant par la Convention Européenne du Paysage ouverte à signature en 2000, le programme des itinéraires culturels a su ainsi intégrer en permanence des demandes diverses qui correspondaient à l'évolution du cadre social du patrimoine. Il a constamment cherché à permettre une compréhension concrète de ce même patrimoine, sur les territoires mobilisés par des thématiques pertinentes, ouvertes à des interprétations croisées. Aujourd'hui encore, à la suite de la demande de la Commission Européenne de fonder des projets touristiques innovants sur des parcours transfrontaliers qui soient susceptibles de donner de la cohérence à la « Destination Europe », la structure même des itinéraires culturels constitue encore une fois une réponse qui établit un équilibre entre les exigences économiques et les contenus culturels. Ce sont les valeurs historiques et mémorielles du patrimoine qui établissent le contexte du projet de développement et non l'inverse, mais c'est la qualité du modèle économique qui en assure la durabilité et le succès public.

ODYSSEA inaugure certainement une nouvelle génération d'itinéraires culturels.

Le programme de travail conçu et mis en place par ODYSSEA dans l'espace euro-méditerranéen s'inscrit non seulement dans cette continuité, mais il inaugure certainement une nouvelle génération d'itinéraires culturels. Il prend pour premier objectif de répondre à une demande : celle de conforter et diversifier les bases économiques d'une unité territoriale, la Ville-Port dont l'histoire a toujours été fondée sur l'échange de produits et de richesses, mais aussi sur celui de populations et de civilisations. En cela il cherche de manière évidente à provoquer « un développement social, économique et culturel » structurant, articulant le port et le territoire qu'il commande, les richesses de la production terrestre et celles de l'environnement fluvial, lacustre ou maritime qu'il irrigue et qu'il draine à la fois. En s'adressant dans un premier temps à un public touristique considérable : celui qui navigue pour ses loisirs dans le bassin méditerranéen, il provoque un double effet de curiosité et de lien : il donne à lire le paysage vu de la mer, mais il apporte aussi les clefs de lecture qui permettent un véritable échange interculturel. Cet échange est en effet fondé sur un ensemble de fils conducteurs : itinéraires historiques comme celui des Phéniciens, confrontations de mondes culturels qui se sont fécondés autour des royaumes d'Al-Andalus, découverte et mise en commun des grands marqueurs identitaires climatiques et agricoles : celui de la Route de l'Olivier ou des grands vignobles d'Europe, sans parler des migrations croisées entre les deux rives et les trois continents qui bordent la Méditerranée qui en définissent les bases géopolitiques.

Enfin, la démarche d'ODYSSEA est fondée sur une plateforme internet unique qui regroupe toutes les informations dont le touriste a besoin ainsi que les applications qui lui apportent en permanence des données pratiques actualisées. Elle propose de surcroît la présentation interactive des thèmes locaux, régionaux, transnationaux et transcontinentaux structurant l'offre culturelle et patrimoniale en constituant une sorte de paradigme de la méthodologie touristique adaptée à une demande devenue multiforme. Il s'agit d'une approche à la fois flexible et structurée, fondée sur une lecture polysémique offrant aux consommateurs une réelle possibilité d'exercer ses propres choix et d'introduire ses propres contributions. Le tout reposant sur une narration sonore et visuelle montrant l'arrière-plan historique et la diversité des paysages, valorisant la mémoire locale, sans ignorer la géopolitique contemporaine et la manière dont les territoires souhaitent valoriser une identité faite d'échanges et de partages.



Le Château de Peyrepertuse

Les vignobles des Terroirs du vertige

L'Abbaye de Lagrassse

Le château de Termes

Le moulin de l'Ouilbo



La mise en réseau et stratégie collective des hauts lieux de l'itinéraire culturel de Gruissan à « voir absolument » : Narbonne la Romaine, Cucugnan, Duilhac-sous-Peyrepertuse, Villeroche-Termenès, Lagrassse, Tuchan, Termes, Carcassonne, au cœur des châteaux, forteresses et abbayes, le long du canal du Midi, à l'ombre des caveaux des vignobles des Terroirs du Vertige et du temple de la culture de l'olivier « l'Ouilbo » à Bize-Minervois.



CONTEXTE

ODYSSEA® pour un tourisme exemplaire,
solidaire, raisonné, éthique, interactif et compétitif

Contributeurs : Philippe Calamel, Directeur de projet ODYSSEA France-Europe - Michel Thomas-Penette, Directeur IEIC

ODYSSEA® LE 1^{er} ITINÉRAIRE CULTUREL MARITIME SUR UN THÈME EUROPÉEN : LA VILLE-PORT ET SON TERROIR CULTUREL, UN PATRIMOINE COMMUN.

Les plus grandes villes françaises et du pourtour méditerranéen sont des ports : Paris, Marseille, Lyon, Bordeaux, Nice, Toulouse, Barcelone, Rome, Gênes, Athènes... et si l'on superpose la carte des zones de fréquentation touristique aux villes-ports, on comprend l'importance pour l'ensemble des régions portuaires européennes et internationales, d'une mise en réseau exemplaire par la création d'un itinéraire culturel - Label Conseil de l'Europe et autour d'un nouveau concept territorial de développement durable Mer & Terre, baptisé ODYSSEA®.

ODYSSEA® UNE MARQUE COLLECTIVE DE QUALITÉ POUR UN TOURISME D'APPELLATION D'ORIGINE À FORTE IDENTITÉ

ODYSSEA® est une marque déposée à l'INPI, propriété de la Fédération Française des Ports de Plaisance (FFPP) et déléguée au Groupement Européen de Coopération ODYSSEA (GEC ODYSSEA) pour étendre le réseau à l'ensemble des territoires euro-méditerranéens.

Le choix de la marque collective de qualité « ODYSSEA® » illustre parfaitement le modèle du projet et son sens. En effet qui mieux que l'Odyssee d'Homère évoque les traces des routes maritimes suivies par les navigateurs grecs dans leur grand mouvement de découverte de la Méditerranée ? Suivre ainsi l'œuvre d'Homère, l'interpréter en tirant parti des Instructions nautiques, des cartes marines et des connaissances empiriques des marins et des pêcheurs, c'est faire revivre, pour les comprendre, les cultures et les savoir-faire des pays euro-méditerranéens.



Dans cette Odyssee reliant le passé à l'époque contemporaine les ports sont à l'origine des grands courants de notre civilisation. Le port et la navigation sont indissociables de l'histoire de l'humanité. ODYSSEA travaille à la valorisation du port, pôle historique et moderne d'attractivité de tout un territoire. Dans le modèle ODYSSEA, le rayonnement portuaire doit s'appuyer sur une identité, une culture et un patrimoine régional forts, s'inscrivant ainsi dans une démarche de territoire et de développement durable, économique et social.

Le programme ODYSSEA® consiste à implanter dans le bassin méditerranéen et ensuite sur le littoral Atlantique et les voies fluviales, un nouveau concept de développement territorial durable des cités portuaires, qui intègre mer, terre et territoires ruraux. Ces nouveaux territoires de projet ont en commun une marque, un sigle, une signature, qui servent de base à la mise en place d'un référentiel européen de qualité et un outil de communication entre les populations. Des acteurs engagés qui vont donner la priorité aux projets économiques structurants respectant le modèle ODYSSEA.

En France, ODYSSEA entend favoriser une approche coordonnée des initiatives liées au tourisme nautisme et vise à moyen terme (2014) la mise en réseau exemplaire des 600 ports français (mers & voies navigables) et sur l'ensemble du bassin Méditerranéen (1 500 ports).

Face aux mutations de l'offre et de la demande, aux nouveaux comportements des clientèles touristiques, ainsi qu'aux attentes des voyageurs vis-à-vis de l'émergence et la consolidation d'un tourisme plus participatif, l'objectif du réseau est de développer des équipements, de nouveaux services, des pôles structurants qui garantissent l'articulation des termes : économie, attractivité, compétitivité, innovation et protection de l'environnement.

Le modèle est construit dans une logique de destination maritime et fluviale à forte attractivité et dans une cohérence de grands bassins de navigation. ODYSSEA vise à cultiver un sentiment d'appartenance à une citoyenneté européenne. Le programme, en cours dans de nombreuses régions européennes, va permettre de créer un réseau qualifié ODYSSEA de ports, cités et territoires ruraux mettant en évidence la qualité des escales et l'intérêt du cabotage sur l'ensemble du bassin méditerranéen, du littoral Atlantique et des voies fluviales. Des destinations d'excellence, identifiées par une marque de qualité territoriale et l'utilisation conjointe d'outils innovants qui permettent la lisibilité des offres, leur mise en réseau à échelle euro-méditerranéenne en utilisant les TIC et des solutions éco-compatibles innovantes.

LA MISE EN RÉSEAU TOURISTIQUE ET CULTURELLE DES GRANDES DESTINATIONS PORTUAIRES

Les routes maritimes historiques, la navigation, les escales des savoirs et savoir-faire concrétisent l'itinéraire culturel ODYSSEA qui valorise et raconte les patrimoines MATÉRIELS et IMMATÉRIELS, le patrimoine IMAGINAIRE des villes-ports.

Le réseau des Villes-Ports & Terroirs culturels explique leur signification historique et met en évidence leurs correspondances dans les différents territoires européens. L'organisation et la structuration du réseau prennent en compte et promeuvent les chartes, conventions, recommandations et travaux du CONSEIL DE L'EUROPE, de l'UNESCO et de l'ICOMOS concernant la restauration, la protection et la valorisation du patrimoine, le paysage et l'aménagement du territoire.

LE THEME DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL, LA VILLE PORT

Une démarche nord-sud et une démarche est-ouest de la mémoire, du savoir, de l'histoire et du patrimoine européen

Eduardo Lourenço caractérise la manière dont l'Europe a structuré son histoire, sur le mode du voyage, selon la figure du « nave che va... » : « C'est toujours comme une nef que l'imaginaire européen s'est représenté son destin voyageur – nef d'Ulysse, nef de la folie, nef rédemptrice de Colomb... ».

Continent à la recherche de nouveaux horizons, l'Europe s'est aussi structurée en interne par le voyage maritime et fluvial, par exemple tout au long des comptoirs phéniciens de la Méditerranée, ou au sein du réseau nordique des villes de la Hanse, véritable système d'assurance et de partages de risques commerciaux.

Mais l'histoire de l'Europe est aussi celle de la migration contrainte qui fait suite à un massacre ou à une expulsion, tout autant que les grandes migrations économiques qui ont toujours attiré les plus pauvres vers les bassins d'emploi, en particulier industriels ou vers un eldorado rêvé.

Là encore, les ports ont joué autant un rôle d'accueil qu'un rôle de point de départ. Combien de romans historiques de migrants évoquent l'atmosphère désespérée ou au contraire pleine d'espoir de ces concentrations humaines tendues vers un seul but ? On sait combien aujourd'hui ces migrations restent source de drames, voire de conflits sociaux et de rejets, et pourtant qui ne reconnaîtrait au Sud, la richesse multiculturelle de Marseille ou de Thessalonique, de Barcelone ou d'Istanbul, l'importance des comptoirs grecs, et tout autant au Nord, la place du Havre, de Hambourg, de Riga ou de Lübeck dans la structuration économique de l'Europe, ou encore de l'Ouest à l'Est, les rapports intenses qui ont lié le destin de Livourne à celui de l'Arménie et de la Géorgie ?

Les itinéraires de la culture méditerranéenne et des espaces maritimes en général se développent par nature à l'interface de la terre et de la mer. Les Phéniciens, puis les Grecs et les Romains après eux, ont établi des comptoirs pour échanger des produits et ont transporté des éléments constitutifs du paysage et de la vie quotidienne et agricole, comme la vigne et l'olivier. Les civilisations arabo-berbères d'Al-Andalus n'ont pas seulement colonisé la péninsule ibérique pour en faire un paysage jardiné structuré et un réseau d'étapes aux médinas ombragées et aux palais somptueux, mais ils ont amené avec eux, par les ports, des savoirs dont les Européens sont aujourd'hui encore les héritiers : philosophie, astronomie, médecine, art des jardins, géographie. Quant aux Juifs Sépharades, quittant forcés et contraints une Espagne multiculturelle qui cherche au XVe siècle une unité forte dans la reconquête catholique, ils se sont installés avec leur langue et leurs traditions aussi bien dans les ports du Maghreb que dans l'actuel Israël. Tout ceci sans parler des mouvements de bateaux

amenant les croisés vers la Terre sainte, puis les pèlerins venus de Rome jusqu'à Bari sur la Via Francigena du Sud pour embarquer vers Jérusalem, ainsi que de la fondation d'ordres hospitaliers comme les Chevaliers de Malte et de Saint Jean qui structurent leur accueil et assurent leur protection.

Du Nord au Sud, de la Méditerranée à la Baltique par l'Atlantique et de l'Ouest à l'Est, du Déroit de Gibraltar à la Mer Noire et au Pont Euxin, l'histoire des mers et des fleuves ne fait qu'une avec l'histoire d'une Europe baignée d'échanges commerciaux et culturels intimement mêlés. Autant d'histoires à transmettre au cours des voyages et dans les Villes-Ports, qui deviennent ainsi non seulement sources d'une économie douce et durable, mais plus encore sources de compréhension mutuelle dans un vaste espace partagé.



Gruissan, port pilote d'Odyssea, affine ses outils

Une toute nouvelle stratégie de communication est en train de se mettre en place pour promouvoir la destination Gruissan en allant bien au-delà de la "simple" station balnéaire.



Dedier Codorniu, entouré des différents partenaires notamment les Seigneurs du Languedoc et les Gîtes de France a dévoilé les outils de communication de Gruissan, port pilote d'Odyssea. J. L.

Communiquer autrement... Gruissan, destination touristique, en est convaincue. Avec le programme Odyssea la station est devenue port pilote, elle vient de mettre en place une nouvelle gamme d'outils pour offrir sous un seul et même toit une proposition touristique qui ne peut plus se borner aujourd'hui à vendre de la mer et du soleil, mais aussi proposer un véritable géographisme dans ce qui est un véritable lieu de vie.



Philippe Calmette est responsable de la stratégie de communication d'Odyssea.

Plusieurs pistes

600 produits du terroir
Un groupement de producteurs réunit chaque année 600 produits sous la bannière "Seigneurs du Languedoc". La nouvelle mise en réseau permettra d'augmenter le volume sur ses produits de terroir à forte notoriété qui contribuent à l'attractivité de la région. Des passerelles découvertes de ces produits et visites des exploitants sont également proposés.

Audioguide sur mobile

Odyssea, c'est l'autre façon de voyager

Cette initiative innovante est devenue un véritable succès. Elle annonce le tourisme touristique du XXIe siècle. Le projet se situe dans une logique de développement durable et de tourisme responsable. Il s'agit d'un projet de l'Union européenne qui finance à hauteur de 70 % l'initiative par son directeur général.



Dedier Codorniu a fait référence à Georges Pompidou qui a été très tôt à Odyssea. Photo: J. L.

odyssea Les îles de Méditerranée cherchent une nouvelle forme de tourisme

L'union méditerranéenne a franchi une nouvelle étape. La ville d'Alger a été le théâtre d'une réunion d'experts européens. Représentants de Turin, Côme, Bologne, Malte, Santiago et Corse ont discuté de manière constructive leurs capacités pour l'avenir d'un autre tourisme, plus respectueux de l'environnement, des cultures, des identités des îles méditerranéennes. C'est ainsi que l'Union méditerranéenne de Corse et la DIOC (Direction des affaires européennes et de la coopération) cherchent de faire un tournoi en matière de tourisme. L'Union des ports de plaisance de la Corse (UPPC) est l'un des partenaires de la méditerranéenne.



Philippe Calmette, directeur de la DIOC, entouré des différents partenaires notamment les Seigneurs du Languedoc et les Gîtes de France a dévoilé les outils de communication de Gruissan, port pilote d'Odyssea. J. L.

ODYSSEA VU PAR LA PRESSE

nice-matin

Menton, ville pilote Odyssea du département

MÉDITERRANÉE Un site internet permettra aux plaisanciers de tout voir et tout savoir sur la cité



Philippe Calmette, directeur de la DIOC, entouré des différents partenaires notamment les Seigneurs du Languedoc et les Gîtes de France a dévoilé les outils de communication de Gruissan, port pilote d'Odyssea. J. L.

CHARTRE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 1

Gouvernance territoriale et modèle d'organisation économique

Contributeurs : Jean Toma et David Donnini, Union des Ports de Plaisance de Corse - Philippe Calamel, Régis López Lang et Christine Stéfani, GEC ODYSSEA

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

L'application du référentiel ODYSSEA conditionne la mise en réseau des communes – ports dans le modèle et l'éthique des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe. Il associe en territoire un maillage socioprofessionnel engagé autour d'un même souci d'excellence et de développement durable, des partenaires publics, des fédérations d'acteurs publics et privés, désireux de coopérer avec les autorités locales autour de compétences partagées, sur la base d'accords sectoriels et stratégiques de coopération qui permettent d'assurer son cofinancement, son harmonisation, sa cohérence et son caractère transnational et transfrontalier.

Dans le modèle ODYSSEA, un port de plaisance n'est pas simplement un parking à bateaux, mais un véritable lieu de vie, un carrefour historique, culturel, touristique où commerces, hôtels et animations se croisent. En raison de son potentiel touristique et de l'histoire, c'est aussi un « comptoir » tourné vers l'arrière-pays et une fenêtre ouverte sur chaque région littorale et fluviale. Les zones côtières figurent parmi les lieux les plus dynamiques de la planète. Elles concentrent près des 2/3 de la population mondiale. D'ici 30 ans, on estime que les 3/4 de l'humanité vivront dans des zones proches du rivage. C'est pourquoi les grandes nations maritimes sont engagées dans des politiques à long terme d'aménagement et de mise en valeur de leurs espaces littoraux. L'objectif du programme ODYSSEA est alors de penser collectivement à des aménagements éco-compatibles et des organisations exemplaires qui puissent relever ces défis historiques et modernes.

LE MODÈLE ODYSSEA SE CARACTÉRISE PAR :

- l'obtention du label de qualité « ODYSSEA » pour une destination touristique, label qui reste lié au respect du cahier des charges, d'une méthodologie commune qui engagent les régions, départements, cités portuaires et les acteurs locaux à s'organiser en réseau exemplaire autour d'un nouvel espace de projet : mer (voies fluviales) - port - espaces ruraux (situés à une heure de voiture du port).

- les actions engagées ODYSSEA, actions qui contribuent, dans la perspective d'une meilleure implication des habitants et d'une complète intégration des activités économiques sur les territoires, à créer un équilibre entre développement économique et environnemental, à encourager un allongement de la saison touristique. Il s'agit donc d'un moyen concret de promotion d'un tourisme responsable, éthique et de qualité.

ODYSSEA s'attache à développer des systèmes d'innovation par le développement de projets exemplaires dans le cadre des activités économiques éco-compatibles ainsi que dans celui des modes d'organisation territoriale et de gouvernance.

Une des mesures phares du modèle ODYSSEA est l'accompagnement des pôles de développement portuaires en connexion avec le territoire, facteur de compétitivité qui conditionne la formation des acteurs, qui constituant le capital humain et assurant l'égalité des chances par la prise en compte de la situation particulière des femmes et des jeunes est dans une promotion du dialogue interculturel.

Le respect du modèle ODYSSEA garantit la mise en cohérence avec les politiques nationales, régionales et le soutien aux projets intégrés de tourisme nautique, culturel ou de loisirs, de tels projets prenant en compte les TIC (80 % de la population prépare aujourd'hui ses vacances ou loisirs grâce aux TIC), les énergies renouvelables et les moyens de déplacement doux connectant le port à son territoire.

ODYSSEA s'appuie sur l'existant pour amener de la valeur ajoutée

Pour les partenaires du GEC ODYSSEA, l'objectif est d'amener une valeur ajoutée à l'offre existante et une reconnaissance internationale aux membres du réseau. Il s'agit en particulier autour de la ville-port de concrétiser la création d'un nouvel espace économique, culturel, attractif, plus solidaire entre les territoires portuaires et ruraux, entre les filières économiques, de nouveaux espaces de projet. De nouveaux espaces de projet qui bénéficient en commun d'une marque, d'un sigle, d'aménagements structurants, d'outils innovants d'information et de communication et d'un réseau qui sert de base à l'émergence d'un référentiel de qualité et de valorisation territoriale qui favorise le développement de projets économiques multisectoriels.

Actuellement en phase pilote en France méditerranéenne (Languedoc-Roussillon, Provence-Alpes- Côte d'Azur, Corse) et forte d'un solide réseau communautaire structuré autour de l'Acte fondateur européen du programme ODYSSEA signé le 30 avril 2007 à Palma de Majorque, la phase opérationnelle du programme ODYSSEA a conditionné la création d'une nouvelle structure européenne de coopération : le Groupement Européen de Coopération ODYSSEA. Il propose une méthodologie territoriale de développement et d'implantation du modèle ODYSSEA. L'adhésion de régions et des fédérations nationales du nautisme d'Espagne, du Portugal, de la Grèce, d'Italie, de Malte, ainsi que les demandes de la Turquie, de la Croatie, du Monténégro, du Maroc, de la Tunisie, de l'Algérie... confirment la compréhension du projet, le respect de la méthodologie proposée et le besoin fondamental de coopération.

Des actions conjointes d'ingénierie opérationnelle et de participation aux appels à projets dans le cadre des fonds communautaires sont actuellement menées. Mais des soumissions à des appels d'offres sur des marchés privés ou publics, ou encore des demandes de certification et d'animation du réseau des « Cités et Régions ODYSSEA » dans le respect du Règlement des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe et de la Charte des valeurs du Conseil Culturel de l'Union pour la Méditerranée (UpM) sont également prises en considération.



LE MODELE ODYSSEA

Cité Odyssea d'Europe
Escale méditerranéenne

**LA COOPERATION
ET MISE EN RÉSEAU EXEMPLAIRE**

ODYSSEA associe
2 économies essentielles :
Tourisme - Plaisance
Agriculture – agritourisme - Artisanat

Dans une organisation territoriale intégrée
Littoral – FLUVIAL Territoires ruraux

ODYSSEA®
RESEAU EUROPEEN DES VILLES PORTUAIRES ET TERRITOIRES CULTURELS

LA MISE EN OEUVRE DU PROGRAMME ODYSSEA

LA GOUVERNANCE STRATÉGIQUE

Contributeurs : Philippe Calamel et Régis López Lang, GEC ODYSSEA

La Fédération Française des Ports de Plaisance et ses Unions régionales

Détentrices des droits de marque et du concept ODYSSEA, la FFPP et ses Unions régionales (plus de 300 ports adhérents en France) participent à la gouvernance du programme en lien avec les collectivités engagées. La FFPP via le Groupement Européen de Coopération ODYSSEA associe un maillage socioprofessionnel transméditerranéen engagé autour d'un même souci d'excellence et de développement exemplaire, des partenaires publics, des fédérations d'acteurs publics et privés, désireux de coopérer avec le programme ODYSSEA autour de compétences partagées, sur la base d'accords sectoriels et stratégiques de coopération qui permettent d'assurer son harmonisation, sa cohérence et sa transnationalité.

Forte de ces initiatives, la FFPP qui s'inscrit dans les objectifs du rapport Poséidon « une ambition maritime pour la France », la prospective du tourisme en France (ODIT France), la modernisation des places de port en France (la mission Gauthier de l'Etat), l'appel à projets de « Ports de plaisance exemplaires » (Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire), l'accord-cadre signé avec le ministère du Tourisme, les Itinéraires Culturels – Conseil de l'Europe, engage avec ses Unions régionales la définition et l'expérimentation en territoire du modèle de co-développement territorial durable ODYSSEA.

La FFPP participe aussi au développement durable de la filière nautique en favorisant une étroite collaboration avec les autres acteurs directs du nautisme, notamment dans le cadre du CODCAP.

Le CODCAP, Comité d'Organisation et de Développement des Capacités d'Accueil de la Plaisance, est né d'un étroit partenariat entre la FFPP, l'Association Nationale des Elus du Littoral (ANEL), la Fédération des Industries Nautiques (FIN), le Conseil supérieur de la navigation de plaisance et des sports (CSNPSN), ODIT France et le ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer. La FFPP a demandé d'inscrire ODYSSEA dans les travaux du CODCAP. Dans cette logique, la FFPP a reçu un courrier du Secrétariat général de la Présidence de la République indiquant qu'il serait intéressant de présenter l'initiative ODYSSEA dans le cadre des travaux du Grenelle de l'Environnement, et d'aborder avec les services de l'État la place d'ODYSSEA dans l'Union pour la Méditerranée. C'est à ce titre que la Fédération Française des Ports de Plaisance fait part de ses propositions aux groupes de travail du Grenelle de l'environnement par le biais de sa mission nationale ODYSSEA FRANCE®. Ce travail s'est concrétisé par la signature d'une convention de co-développement durable signée entre le ministre Jean Louis Borloo, le président de la FFPP, Serge Pallarès et le président de l'Association Nationale des Elus du Littoral, Yvon Bonnot. La participation de la FFPP au Grenelle de la Mer est une actualité qui a permis la rédaction de la « Contribution Odyssea au Grenelle de la Mer », document fondateur pour une stratégie de développement durable, pour une plaisance plus compétitive et durable (cf. norme européenne de gestion environnementale – suite Ports Propres).



LE GROUPEMENT EUROPÉEN DE COOPÉRATION ODYSSEA (À BUT NON LUCRATIF)

Philippe Calamel et Régis Lopez Lang, GEC ODYSSEA

C'est l'outil de gouvernance du réseau à échelle européenne. Dans les projets de coopération en territoire ce sont les collectivités publiques locales qui sont bénéficiaires des fonds FEDER de coopération avec les Unions régionales des ports pour réaliser les investissements et les projets pilotes. Le Groupement Européen de Coopération ODYSSEA a son siège à Marseille et pour sa stratégie UPM à Barcelone (Port Vell). Il dispose aussi de bureaux à Paris (FFPP) et Rome. Il a été créé, en 2008, par les fédérations française, espagnole, italienne et européenne des ports. Il a pour objectif d'organiser et de constituer le premier réseau des ports, des villes portuaires européennes et des territoires ruraux associés, en collaboration avec les filières professionnelles liées au tourisme, agriculture, patrimoine, artisanat et environnement. Les partenaires d'ODYSSEA organisent le réseau via un Itinéraire Culturel Européen Mer & Terre (label du Conseil de l'Europe).



Ses membres sont : les communes et territoires candidats, les universités, les centres de recherche, les associations et fédérations d'acteurs et toute autre entité de droit public constituée conformément à la législation des États membres de l'Union et dont l'objet est en relation avec les objectifs poursuivis par l'Association. Elle est garante auprès de ses membres institutionnels de l'extension et l'implantation cohérente et homogène du modèle de développement territorial durable ODYSSEA.

Pour marquer le caractère public et d'intérêt général du réseau, le GEC ODYSSEA engage une réflexion sur la constitution d'un GEIE.

Le GEIE ODYSSEA Development Network

Dans le but de faciliter et de développer le réseau exemplaire et l'activité économique de ses membres, d'améliorer ou d'accroître les résultats de cette activité, le GEIE a pour objet de favoriser les partenariats Public/Privé.

Objet GEIE ODYSSEA development network (extrait):

- Participer et appuyer des projets concrets à finalité économique et des aménagements structurels et stratégiques dans les domaines du nautisme, de la petite et la moyenne croisière, de la protection environnementale maritime et portuaire, de l'industrie nautique et portuaire, de la culture (structuration et gestion d'itinéraires thématiques et patrimoniaux), de l'agroalimentaire, et des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans le cadre du réseau ODYSSEA
- Gérer le développement économique du portail ODYSSEA et des TIC
- Assurer la régie média et la formalisation des partenariats économiques
- Travailler en coopération à des programmes de recherche et développement
- Organiser et co-gérer la plateforme économique : produits et services touristiques, produits des filières professionnelles concernées. . .
- Echanger des expériences, connaissances, bonnes pratiques et moyens en matière de développement des filières du tourisme nautique, de la protection environnementale maritime et portuaire, de l'industrie nautique et portuaire, de la culture (itinéraires thématiques et patrimoines), de l'agroalimentaire, et des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans le cadre du programme ODYSSEA
- Engager des partenariats avec des entreprises pour le montage de projets innovants et des réponses groupées à des appels à candidature européens
- Travailler à la conception et le développement d'infrastructures innovantes dans le modèle ODYSSEA – Concept de port du futur ODYSSEA. . .
- Mettre en place des formations sectorielles qualifiantes, y compris par le biais de e-learning.



D'une manière générale, il devrait accomplir toute opération dans un objectif de valeurs ajoutées économique, innovatrice, sociale, culturelle, environnementale. Le GEIE sera constitué après la parution du Livre blanc ODYSSEA en décembre 2011 et suite à une expertise permettant de bien analyser les aspects juridiques du modèle public-privé et éviter tout conflit d'intérêt potentiel.

GOVERNANCE TOURISTIQUE ET POLITIQUES RÉGIONALES ET NATIONALES

*Contributeurs : Alice Jude, Carlos Rui-Ian Rabassa, NECSTOUR - Frédérique Palmieri, Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée
Jean-Claude Méric, Directeur de Station Gruissan*

Le modèle ODYSSEA a pour objectif de mettre en place le premier réseau pour le développement d'un modèle territorial durable de ports, villes-ports et des territoires intérieurs autour du patrimoine existant. Pour mettre en place ce projet, l'information, l'implication et la coordination d'une grande quantité d'acteurs public/privés au sein de plusieurs domaines est nécessaire.

ODYSSEA vise à mettre en valeur le patrimoine culturel, naturel, humain et industriel existant, c'est donc dans une logique touristique qu'il faut concevoir ce modèle. Après un récapitulatif général des acteurs et du périmètre de l'action touristique et des acteurs impliqués, une présentation des activités classiques des acteurs du tourisme dans six pays permettra d'établir des caractéristiques communes afin de donner des lignes directrices pour la gouvernance du modèle ODYSSEA.

Le tourisme est un secteur particulièrement transversal, dont les activités sont reliées à la culture, l'agriculture, l'industrie, la cohésion territoriale, l'aménagement du territoire, les transports, le sport, la santé, mais aussi aux territoires multiples tels que la mer, la montagne, la ville, la campagne. . . Le tissu industriel du tourisme est composé d'entreprises (très petites, petites, moyennes, grandes et multinationales) des secteurs classiques tels que la restauration, les hébergements, les agences de voyages, les opérateurs touristiques mais aussi des services tels que le sport, la culture, le nautisme. . . Ensemble, ils forment l'offre et la demande touristique.

La mesure des composantes économiques de l'industrie du tourisme ne repose pas sur des bases parfaitement claires. Tout d'abord, le

tourisme ne constitue pas l'unique ressource des différents acteurs impliqués, ce qui engendre une difficile comptabilisation de l'économie touristique. Et de même, l'immatérialité du produit touristique en rend la commercialisation illimitée, sans frontière et libre de droit de propriété.

LE SYSTÈME POLITICO-ADMINISTRATIF DU TOURISME

Il est composé d'administrations, d'établissements et d'agences mis en place par les autorités publiques. Le partage des compétences s'effectue entre les différents niveaux territoriaux d'un Etat et le plus souvent se superposent. Le rôle des autorités publiques est d'intégrer, de développer et de protéger l'offre et la demande au sein d'une stratégie territoriale.

Le territoire touristique est une « destination », ce qui ne correspond pas automatiquement à un territoire politico-administratif, mais à plusieurs, voire à une partie. Cette réalité oblige les autorités publiques à mettre en place des dispositifs de gestion ad hoc, et à concevoir des stratégies territoriales touristiques au cas par cas.



Le patrimoine touristique est défini par chaque acteur selon ses besoins. Il peut comprendre tout ou partie de la « destination », y compris les paysages, les infrastructures, la gastronomie, les coutumes et les résidents. Le modèle ODYSSEA vise à inclure le patrimoine matériel, immatériel et humain de la ville-port, ainsi que le patrimoine territorial dans un rayon d'une heure de voiture.

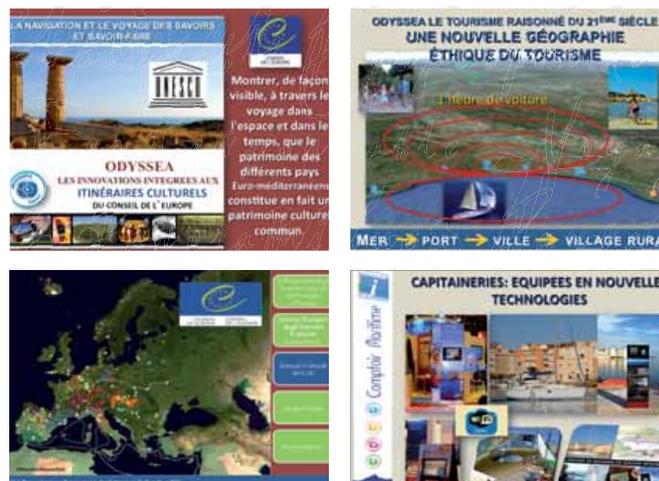
La gouvernance est un concept qui permet de définir « l'exercice de gestion de l'autorité politique, économique et administrative sur un territoire donné » (OCDE). Dans le cadre du tourisme, les difficultés de gouvernance sont lourdes, car le territoire donné n'est pas défini et plusieurs autorités politiques, administratives et économiques doivent non seulement gérer une partie du territoire touristique mais aussi travailler avec les acteurs privés du tourisme, les résidents et les touristes qui évoluent dans la destination. Du fait de ses caractéristiques intrinsèques, à savoir la multitude des acteurs et des domaines concernés, identifier les tenants et les aboutissants de la gouvernance du tourisme est un exercice particulièrement difficile¹.

C'est donc **la relation entre d'un côté la gestion durable du territoire naturel, culturel et humain et de l'autre la gestion de l'industrie du tourisme qui se définira dans les termes « gouvernance touristique »**.

Afin de pouvoir répondre efficacement aux besoins, enjeux, opportunités et défis des territoires méditerranéens pour mettre en place le modèle ODYSSEA, il est alors nécessaire de comprendre la réalité des modèles de gouvernance touristique en Europe à l'échelle nationale, régionale et locale. La cartographie de l'organisation politico-administrative du tourisme en France, Italie, Espagne, Maroc, Tunisie et Liban (Cf. Fiches Pays Annexes 1 à 6 et études de cas A, B et C) permet de prendre une première mesure des réalités méditerranéennes avec ses leviers publics, ses acteurs, ses outils et ses enjeux de la gouvernance touristique.

La place du tourisme dans l'Etat

Le Tourisme partage un ministère avec d'autres secteurs comme l'Artisanat au Maroc, le Commerce en Tunisie, le Commerce et l'Industrie en Espagne et la France avec l'Economie, l'Industrie et l'Emploi ou encore avec la Culture en Grèce. Si l'Italie ne possède pas de portefeuille touristique au niveau national, c'est que cette compétence est totalement régionalisée. En raison de la transversalité intrinsèque du secteur, certains Etats ont mis en place une commission touristique interministérielle afin d'assurer un dialogue concerté entre les différents domaines liés au tourisme, ou encore des conventions écrites Tourisme-Culture, comme c'est le cas en France.



1 - Pedro Ortún, Directeur Général Tourisme, RSE et PME, DG ENTREPRISE, Commission Européenne, Conclusion de la Journée Européenne du Tourisme, 27 Septembre 2011.

LA STRATÉGIE TOURISTIQUE : ÉLABORATION/MISE EN ŒUVRE/CONTRÔLE

De la même manière que pour la promotion, l'élaboration, la mise en œuvre et le contrôle des stratégies touristiques montrent des différences importantes entre les pays du nord et du sud.

Dans les pays du bassin sud de la Méditerranée, le ministère du Tourisme est l'institution en charge d'élaborer et de piloter la stratégie touristique nationale ainsi que les textes législatifs. Les Régions et les Agences régionales ont alors des compétences d'orientation et de contribution au développement du Schéma national.

Dans les pays du nord de la Méditerranée : le Schéma régional du tourisme est rédigé, en France, par le Conseil régional ou le Comité régional du tourisme, par la Direction générale du Tourisme des Communautés autonomes en Espagne et par la Giunta Regionale en Italie. On constate ainsi une forte régionalisation voire localisation des stratégies touristiques dans les pays du bassin nord, et une forte coordination nationale pour les pays du sud de la Méditerranée.

La certification

L'acquisition d'un label, d'un certificat, d'une licence pour un établissement privé et public est contrôlée au niveau national pour la France, le Maroc, la Tunisie, le Liban, et régionalement pour l'Italie et l'Espagne. Dans les pays du nord de la Méditerranée, des labels régionaux s'ajoutent aux labels internationaux, européens et nationaux.

La promotion

Plusieurs différences ressortent en ce qui concerne la promotion des produits touristiques et des destinations de chaque pays. Par exemple, dans les trois pays du nord de la Méditerranée, il existe une agence nationale qui a pour but la promotion et la commercialisation de la destination dans l'ensemble du territoire : « Atout France », « Turespeña » et « ENIT ». Par contre, dans les pays du sud de la Méditerranée, les Offices Nationaux du Tourisme sont les organismes qui ont pour mission de promouvoir les produits touristiques de leurs territoires.

Dans les trois pays de l'Union Européenne que sont la France, l'Italie et l'Espagne, les pouvoirs régionaux et provinciaux possèdent des compétences importantes et ont généralement des fonctions de promotion, de rédaction du schéma/plan régional ou local de Tourisme. Les entités régionales et locales ont pour mission la mise en œuvre de toutes les actions qui concernent le tourisme. Les municipalités ont des compétences propres de promotion de leur territoire. En revanche, dans les trois pays du sud de la Méditerranée, les Offices Nationaux du Tourisme dépendent directement du ministère du Tourisme, coordonnent les offices du tourisme basés dans les régions, municipalités ou destinations. L'Office national du Tourisme tunisien possède, outre la compétence de promotion, des missions de développement et de contrôle de l'activité touristique ainsi que des missions de formation.

L'ingénierie

La création de produits ou l'ingénierie touristique ne font pas partie des missions des gouvernements mais bien de celles des agences nationales, régionales et locales mises en place et généralement financées par les institutions publiques. Parallèlement, les acteurs privés de type tour-opérateurs, agences de voyages et toute entreprise de services touristiques sont les principaux ingénieurs de produits touristiques. Les institutions publiques doivent assurer un dialogue régulier avec les acteurs privés afin d'avoir une stratégie touristique cohérente et promouvoir toutes les offres touristiques existantes. Le dialogue avec les tour-opérateurs devrait permettre une meilleure promotion concertée du territoire. Au Maroc, ce dialogue s'opère directement au niveau du ministère national avec les fédérations professionnelles ainsi qu'au niveau régional ou les comités régionaux du tourisme sont composés de représentants régionaux de ces mêmes fédérations. Les pays du nord de la Méditerranée n'ont pas établi de tels dispositifs et le dialogue intervient au cas par cas. Au-delà des activités classiques du tourisme analysées à travers les systèmes des six pays de la Méditerranée, il convient pour une vision plus globale d'analyser les structures liées aux politiques et secteurs impactant sur le tourisme, tels que la pêche, l'agriculture, la culture, le sport, l'urbanisme, les transports, etc.

Nonobstant les différences de systèmes officiels pour la gouvernance du tourisme entre le Liban, la Tunisie, le Maroc, l'Espagne, l'Italie et la France, certaines caractéristiques communes se révèlent :

- la diversité d'acteurs à personnalités juridiques différentes impliqués dans le tourisme ;
- l'existence de dispositifs de coordination sectorielle et politique ;
- le rôle essentiel des municipalités dans la gestion intégrée du territoire ;
- l'importance de l'élaboration, de la mise en œuvre et du contrôle de stratégies touristiques par une entité publique dépassant une seule destination ;

- le manque de coordination publique-privé pour la promotion et l'ingénierie touristique ;
- le difficile équilibre entre la vision locale et globale d'une part et le « corporatisme et l'étatisme » d'autre part ;
- l'absence de la société civile et des résidents dans les systèmes de gouvernance ;
- la difficulté de gestion de destination intégrée.

Le modèle ODYSSEA de développement durable, compétitif et innovant représente une opportunité unique de contribuer à l'établissement de nouveaux compromis de gouvernance du tourisme entre le système de gestion de territoire par l'autorité politique en charge, les parties prenantes du secteur privé, la société civile, les résidents et les organismes administratifs du territoire.



La gouvernance d'une destination touristique répond au modèle illustré dans l'expression « gouverner sans gouvernement », où le facteur de succès résulte d'une autorégulation institutionnalisée entre les parties prenantes impliquées. À travers l'exemple et le savoir-faire du modèle ODYSSEA, une gouvernance naturelle du tourisme devrait être mise en place : une gouvernance orientée vers le renforcement de la présence de la destination touristique à travers le patrimoine humain et culturel existant, l'amélioration de la compétitivité des destinations, la meilleure coordination des enjeux et des défis communs aux deux secteurs privé et public, ainsi que l'amélioration du processus normatif et législatif du tourisme.

GOVERNANCE OPÉRATIONNELLE EN TERRITOIRE

Contributeurs : Jean Toma et David Donnini, UPPC - Philippe Calamel, GEC ODYSSEA

LES ÉTAPES DE MISE EN ŒUVRE ODYSSEA DANS LES TERRITOIRES CANDIDATS

Les pré-requis pour les candidats

Ils sont basés sur le respect du modèle territorial, la volonté de travailler en réseau, d'être une escale – étape de l'itinéraire culturel européen, de respecter la méthodologie et la gouvernance ODYSSEA ainsi que la mise en œuvre des outils et solutions inscrites dans la « charte de développement durable du modèle ODYSSEA ». Ces actions sont mises en œuvre par chaque collectivité candidate et son territoire via une équipe projet jouant le rôle de référent et constituée au niveau local de l'office de tourisme, la capitainerie, le service culture, environnement, urbanisme...



Les municipalités portuaires au sein des pays membres et/ou les EPCI (structures collectives-agglomérations, communautés de communes), restent à ce titre, les principales structures porteuses d'ODYSSEA et les bénéficiaires des fonds. Ce sont elles qui déposent la demande de candidature pour une labellisation ODYSSEA et portent le projet sur leur territoire. Bien que d'une cité portuaire à une autre, le projet sera différent, tantôt ambitieux, tantôt plus modeste, il restera toujours en phase avec la charte de développement territorial durable ODYSSEA. Tout dépendra des contextes locaux, des moyens alloués, des volontés de positionnement et valorisation stratégique de la cité et du port de plaisance dans ce projet à forte consonance touristique. Chaque commune développe une thématique culturelle qui la caractérise et rend unique son escale (Patrimoine, Savoir-faire, Histoire, Paysages), évitant ainsi des concurrences entre les villes et rendant complémentaires les offres des communes du réseau.

Pour rendre lisible le niveau d'investissement et de service à développer, des classifications sont prévues pour les ports (1,2,3,4 ancrages) dans la logique de la démarche Qualité Tourisme. Une définition et des critères sont définis dans le Livre blanc ODYSSEA Tome 1, à l'exemple des OT (Etoiles), Gîtes de France (Épis), Hôtels (Etoiles)... et qui seront validés dans le Tome 2.

Les ports, les collectivités locales sont partenaires et maîtres d'ouvrage du projet. Leur participation financière dépend des montants cumulés des cofinancements national, régional et communautaire obtenus. Certains pays de l'Union limitent l'aide maximale des fonds publics à 80% des dépenses éligibles retenues, d'autres n'imposent aucune limite et certains projets peuvent être entièrement financés par des fonds publics. (Cf l'Italie 100%)

L'adhésion

Les ports, les communes, les destinations candidates (Départements, Régions) doivent faire une demande d'adhésion au Groupement Européen de Coopération ODYSSEA. La demande d'adhésion doit être accompagnée soit, pour une collectivité, d'une délibération ou bien pour le privé, du procès-verbal de leur structure autorisant leur adhésion et leur volonté d'intégrer le réseau ODYSSEA.

L'adhésion au GEC ODYSSEA déclenche la première photographie du territoire avec l'appui d'un expert du GEC ODYSSEA qui conseillera l'équipe locale et veillera aux respects des valeurs et des critères qualité du modèle ODYSSEA.

Qui peut être candidat au label ODYSSEA ?

Tout port, privé ou public, toute cité portuaire, toute commune associée à une ville port, toute structure privée peut adhérer au GEC ODYSSEA. Leur labellisation au titre d'Escale de l'itinéraire culturel Mer & Terre ODYSSEA ne peut intervenir qu'après la mise en œuvre des actions et méthodes de gouvernance définies dans le modèle ODYSSEA et dans le respect des engagements formels passés avec le GEC (délibération de la commune, adhésion du port ou de la structure).

Dans le modèle ODYSSEA, le port (capitainerie), la commune portuaire, concrétisent l'escale de l'itinéraire culturel (offices de tourisme et capitaineries). La commune rurale par convention avec le port est l'étape « Terre » de l'itinéraire culturel (OT, Pays d'accueil...). L'EPCI – Communautés de communes - d'agglomérations (OT et OT de pôle), le Département (CDT), la Région (CRT) sont des organisations territoriales qui portent ou soutiennent la mise en œuvre du projet.

Pourquoi le port est-il 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.



LES PLUS-VALUES ET VALEUR AJOUTÉE DU PROGRAMME ODYSSEA

Contributeurs : Christine Stéfanini et Philippe Calamel, GEC ODYSSEA

QUELLE PRINCIPALE PLUS-VALUE POUR LE PORT ?

Intégrer un réseau de dimension européenne (euro-méditerranéenne) et bénéficier d'un label européen, recevoir l'information et l'aide technique du réseau et bénéficier du support technique et de communication de l'ensemble des itinéraires culturels labellisés.

Renforcer l'attractivité de son port et sa destination nautique par la valorisation de son escale, d'une identité locale ouverte et enrichie par des échanges européens et méditerranéens, par l'accès à des innovations, TIC, promotions communes.

Obtenir des aides sur le financement de ses projets dans le respect des valeurs et des stratégies des Institutions européennes.

Faciliter l'itinérance et le cabotage de port en port par des propositions thématiques riches et diversifiées fondées sur des offres et services nouveaux, attractifs, sur l'histoire, la mémoire et le patrimoine commun à l'Euro-Méditerranée.

Permettre aux différents métiers de la filière nautique de mieux travailler ensemble, de mieux communiquer et d'améliorer leur attractivité, les capacités professionnelles individuelles et collectives.



QUELLE PRINCIPALE PLUS-VALUE POUR LA COMMUNE?

Intégrer un réseau de dimension européenne (un réseau de dimension européenne et méditerranéenne) et bénéficier d'un label européen, recevoir l'information et l'aide technique du réseau et bénéficier de conseils, de supports techniques et de communication de l'ensemble des itinéraires culturels labellisés.

Renforcer l'attractivité de sa destination par la valorisation de sa thématique culturelle, d'une identité locale, ouverte, enrichie des coopérations - échanges européens et méditerranéens, des innovations, TIC et de valorisation numérique de ses patrimoines.

Obtenir des aides sur le financement de ses projets dans le respect des valeurs et des stratégies des Institutions européennes.

Faciliter l'itinérance en navigation et à Terre vers l'arrière-pays par des propositions thématiques riches et diversifiées fondées sur de nouvelles offres et services innovants, sur l'histoire, la mémoire et le patrimoine commun de la commune au réseau euro-méditerranéen.

Permettre aux différents métiers de la filière touristique de s'intégrer à la politique de la commune, de mieux communiquer et d'améliorer les capacités individuelles et collectives et leur attractivité.



LA VALEUR AJOUTÉE ODYSSEA®

Contributeurs : Jean-Pierre Martinetti et Sylvain Campos, CECTD

Développement durable et attractivité touristique :

Le caractère « unique » de la ville-port ODYSSEA, « Escale patrimoine phare » d'un grand itinéraire culturel européen d'échange et de découverte, confère à l'ensemble des territoires concernés, une plus grande visibilité et une attractivité génératrice de développement et de retombées économiques fortes, notamment en termes de recettes et d'emplois.

Projet stratégique pour la France, ODYSSEA répond pleinement aux enjeux des politiques européennes et euro-méditerranéennes du tourisme s'inscrivant dans une perspective de performance, de qualité, de solidarité, d'intégration et d'identité, apte à valoriser pleinement la richesse et la diversité des territoires qui la composent dans le cadre d'un développement touristique compétitif et durable. En ce sens, ODYSSEA permettra à chacune des villes-ports, noyau historique d'attractivité d'un territoire, de valoriser une identité, une culture et un patrimoine régional fort, s'inscrivant ainsi dans une démarche de développement durable, économique et social. La diversification de l'offre touristique prônée par le dispositif permettra par ailleurs aux activités traditionnelles en déclin de retrouver une nouvelle vigueur comme avec des offres originales « Pescatourisme, agritourisme, artisanat... ».

La diversification des types de tourisme, et notamment le développement du tourisme culturel, grâce à la mise en œuvre d'itinéraires thématiques valorisant l'interface mer et terre, favorisera une meilleure répartition des flux touristiques, physiques et économiques entre les villes-ports et leurs territoires intérieurs. Cette meilleure répartition permettra, par ailleurs, de pallier les problèmes de capacité de charge et autres conflits d'usages au sein des populations locales comme avec les visiteurs. Ce dispositif répond ainsi aux grands enjeux de la durabilité que sont la performance économique, environnementale, culturelle, sociale et sociétale. En effet, en droite ligne avec les objectifs de la politique européenne, il ne s'agit pas ici de considérer le tourisme comme un levier économique contribuant uniquement à la croissance, mais d'inscrire celui-ci au sein d'une véritable stratégie à la fois globale et locale de développement des itinéraires et des destinations.

En résumé, le modèle ODYSSEA consiste ainsi à favoriser l'attractivité des territoires en encourageant le développement d'un tourisme raisonné, éthique, respectueux, et compétitif pour mieux protéger et valoriser les ports, les grands espaces naturels maritimes et fluviaux, les paysages, les espèces animales et végétales locales, les patrimoines, tout en valorisant les savoir-faire traditionnels : la culture de la vigne ou de l'olivier, la récolte du sel, la pêche, la gastronomie, l'artisanat...

Valeur ajoutée Sociale et Sociétale :

En 2010, la Méditerranée (21 pays) a reçu près de 300 millions de touristes internationaux (dont 7 millions de plaisanciers dont 2% seulement sur la rive Sud). Le tourisme et la plaisance sont indéniablement des facteurs de croissance et d'emploi. En France, le tourisme compte en effet près d'un million d'emplois directs et tout autant en emplois indirects et induits et la plaisance en générale, elle, 22 580 (directs et indirects). Le dispositif ODYSSEA a en particulier pour vocation de renforcer l'impact de ces secteurs sur l'emploi, en favorisant notamment le développement et la mise en tourisme des offres et services des villes-ports et de leurs territoires intérieurs, dans un contexte de complémentarité et de solidarité territoriale, littorale et hinterland, Nord et Sud. L'amélioration des compétences et la professionnalisation des métiers dans ces secteurs sont aussi des enjeux majeurs pour la compétitivité des territoires. Ainsi, pour pallier les déséquilibres entre les qualifications et les exigences du marché, ODYSSEA va engager un dispositif de formations ciblé et innovant, mais aussi transférable dans chacune des destinations du réseau en s'appuyant notamment sur l'expertise de ses partenaires spécialisés comme la Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable et l'Institut Européen des Itinéraires culturels. Le manque de professionnalisation dans le domaine du tourisme est en grande partie la conséquence du caractère saisonnier de l'activité qui entraîne la précarité des emplois. Il est particulièrement sensible dans le cadre d'un tourisme d'échange et de découverte qui exige des métiers de l'accueil, de la médiation et de l'animation, diversifiés et de qualité, et l'apport d'une découverte euro-méditerranéenne du patrimoine.



La valorisation des patrimoines et des identités et la structuration d'une nouvelle offre culturelle marquée du label des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe permettront à chaque ville-port et à son territoire intérieur d'être une « Escale patrimoine phare » d'un grand itinéraire patrimonial européen, ce qui induira de fait, le développement d'un tourisme à forte valeur ajoutée locale, qui favorisera notamment une meilleure répartition le long de l'année sur les territoires de l'activité touristique et encouragera la stabilité des emplois dans ces territoires. D'autre part, la valorisation culturelle et identitaire de l'offre touristique favorisera une réappropriation des patrimoines et des cultures locales par les populations résidentes qui fières de cette appartenance, deviendront de véritables ambassadeurs de leur destination auprès des visiteurs en quête de sens, d'expérience et d'authenticité.

Valeur ajoutée Economie et Compétitivité :

Le tourisme et le nautisme sont, en France et plus largement dans l'espace méditerranéen et européen à dominante littorale, facteurs de croissance et de compétitivité économique. Le secteur des services lié majoritairement au tourisme, est en effet de loin le principal générateur de devises et de ressources. Même si la Méditerranée reste le principal bassin d'accueil touristique de la planète, l'Europe de l'Union Européenne, la première destination mondiale et la France, au sein de l'Europe, le premier pays du Monde en termes de

fréquentation, il est cependant aujourd'hui indispensable dans un contexte mondialisé et fortement concurrentiel que nos destinations conservent ce leadership par une diversification et une amélioration de la qualité de l'offre.

Dans cette optique, le modèle ODYSSEA s'inscrit comme un levier pour la compétitivité des destinations et les synergies économiques entre les villes-ports et leurs territoires intérieurs en favorisant notamment le développement et la diversification d'une offre touristique « terre-mer » attractive pour un large public. Le port de plaisance qui était jusqu'alors un lieu de passage plus ou moins enclavé dans l'espace urbain redevient ce qu'il a été dans l'Histoire : un espace ouvert sur la découverte de territoires, entrant ainsi, avec ODYSSEA, dans une logique d'itinérance et de séjours, d'itinéraires et de destinations. Fort de dynamiser l'attrait des destinations et leur fréquentation, la généralisation du dispositif favorisera à terme la création de nouveaux emplois et l'adaptation des métiers existants aux évolutions des filières concernées (tourisme, nautisme et développement durable), notamment en termes d'innovation et de préservation des ressources (naturelles, identitaires, patrimoniales). En effet, la mise en réseau des acteurs des filières tourisme et nautisme, la création, le développement et la commercialisation d'une offre touristique adaptée, et la généralisation des TIC via la création d'un portail commun et des équipements d'accueil innovants (Concept ODYSSEA de l'office de tourisme et de la capitainerie du futur) principales composantes du modèle, sont de formidables éléments de compétitivité et de performance économique.

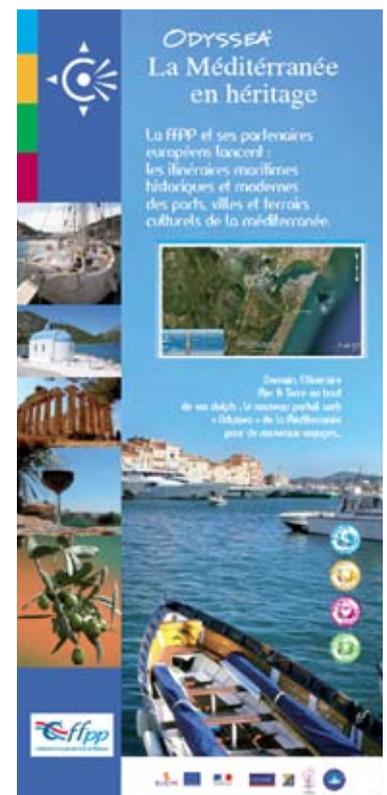
Des emplois, directs ou induits, seront créés d'ici cinq ans, liés notamment à :

- un nouvel accueil dans les ports (« Boscus de la mer », nouveaux services aux plaisanciers plus adaptés et plus flexibles...),
- une nouvelle façon de valoriser les offres et les services touristiques par la mise en place des technologies de l'information et de la communication (smartphone, iPhone...),
- le développement de nouveaux métiers et le « verdissement » de métiers existants en matière de protection et de gestion des ports et des territoires intérieurs,
- la mise en place de guides internationaux, d'accompagnateurs issus des métiers et de conteurs pour l'itinéraire Culturel côté Mer & côté Terre ODYSSEA,
- les aménagements ODYSSEA - Comptoir Culturel Maritime (Capitainerie) et Comptoir Culturel d'Information (Office de Tourisme),
- le développement et la création de structures d'accueil touristique impliquant les professionnels pour les territoires associés (caveaux vigneron, gîtes ruraux...).

D'autre part, le développement du tourisme culturel, grâce à la mise en œuvre d'itinéraires thématiques labélisés par le Conseil de l'Europe et soutenus financièrement par l'Union Européenne permettra une meilleure répartition des flux économiques entre les villes-ports et leur hinterland rural. La mise en tourisme dans une perspective de compétitivité et de durabilité de ces itinéraires s'appuyant sur l'accompagnement des acteurs et la mise à leur disposition d'outils de formation, d'accompagnement et d'aide à la décision, innovants et adaptés à leurs besoins, contribuera à améliorer la performance des projets, des entreprises, des équipements et des produits et à améliorer la valeur ajoutée locale de ces itinéraires. Il est important de rappeler que ce segment du marché constitué de visiteurs motivés par la culture et le patrimoine a une propension à dépenser un budget plus important que la moyenne des autres clientèles touristiques. Enfin, la diversification de l'offre touristique permettra à la fois l'émergence d'activités nouvelles et la relance d'activités traditionnelles.

Valeur ajoutée Culture et Patrimoine :

La mise en valeur d'un patrimoine authentique, porteur d'histoire et de mémoire est indéniablement un levier du développement local. Elle répond à de multiples enjeux, d'ordre culturel, pédagogique, économique, touristique et social. Le tourisme culturel et patrimonial représenterait en effet 40% de l'ensemble du tourisme international. Aussi, est-il important de rappeler qu'en France, comme pour l'Espagne et l'Italie, les séjours incluant une dimension culturelle et patrimoniale demeurent le principal facteur de fréquentation des destinations touristiques. Pour asseoir leur attractivité et leur compétitivité, l'un des principaux défis pour nos territoires aujourd'hui est de préserver et valoriser les potentialités des identités culturelles tout en améliorant l'information, l'accueil et la mise en tourisme durable des



patrimoines. C'est ce qu'offre ODYSSEA en proposant de sortir de la logique traditionnelle du nautisme, en valorisant le caractère et la mémoire des ports, en mettant en lumière leurs contextes et leurs vocations historiques et culturelles, leurs spécificités et leurs dimensions structurelles de portes d'entrée et d'interfaces entre l'espace maritime et l'arrière-pays. Le modèle ODYSSEA place donc le port comme une porte d'entrée vers le territoire, ses destinations intérieures qui offrent la possibilité aux touristes de découvrir la variété des cultures, des paysages, des identités, des produits locaux... Ainsi, pour faire vivre les patrimoines phares et les cultures locales d'un réseau transfrontalier de ports et territoires, ODYSSEA encouragera et accompagnera chaque commune à développer une thématique culturelle qui la caractérise et rend unique son escale touristique, tout en recherchant les thématiques régionales et les thématiques européennes.

Ce dispositif fait aussi appel à de multiples outils de diffusion, d'information, d'évaluation, de formation... que facilite le recours aux nouvelles technologies. Le portail ODYSSEA pour la valorisation numérique du patrimoine culturel et la mise en place dans les offices de tourisme de comptoirs culturels d'information via les TIC en sont de parfaits exemples. D'autre part, pour assurer la cohérence de son modèle, ODYSSEA dispose d'un outil privilégié de valorisation du patrimoine et de maillage culturel qu'est le label des « Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe ». En effet, la convention passée notamment avec l'Institut Européen des Itinéraires culturels et l'ambition de créer un itinéraire culturel des voies maritimes et terrestres aux travers des différentes escales et thématiques permettront à l'ensemble des acteurs et des territoires du réseau de valoriser une identité à la fois locale et globale, européenne et /ou méditerranéenne et de répondre aux multiples enjeux de l'attractivité, la compétitivité et de la durabilité de ces destinations touristiques.

L'itinéraire servira de cadre à une mise en tourisme durable à partir d'un inventaire et d'une analyse quantitative et qualitative du potentiel culturel et patrimonial, avec le développement et la mise en œuvre d'outils innovants et adaptés d'évaluation et d'aide à la décision, la formation et la mise en réseau des acteurs, la création de filières et de produits attractifs et à forte valeur ajoutée.



- les Escales/Etapes Culture, Paysage et Patrimoine : points de vue et paysages remarquables (reflets d'un fait social, d'une histoire, de savoir-faire...), éléments architecturaux retraçant l'histoire de la cité et de son arrière-pays (églises, châteaux, vieilles maisons, statues, caves viticoles, chais, ateliers d'artisans...), patrimoine maritime (bateau traditionnel, savoir-faire...), tradition orale, histoire du territoire et paysages caractéristiques marquants, musées, sentiers culturels...

- les Escales/Etapes Nature et Découverte : lecture et interprétation des espaces, chemins de randonnées existants (GR, parcours mis en place par l'office de tourisme, parcours sportifs, sentiers thématiques, sentiers vigneron...), éléments naturels distinctifs, écomusées, activités de pleine nature, faune, flore...

- les Escales/Etapes Art de vivre et Saveurs : villages et hôtels de caractère, restaurants typiques proposant des recettes locales, caveaux de vigneron, sites « Bienvenue à la ferme », événements s'inscrivant dans les coutumes et histoires locales, les saisons et gestes du vigneron, du pêcheur, de l'agriculteur, les métiers et savoir-faire traditionnels...

- les Escales/Etapes Nautisme et Loisirs aquatiques : la capitainerie, les offres des professionnels, l'itinéraire culturel de la mer, les bouées et balises de lecture des paysages maritimes, les voies navigables, les activités nautiques et culturelles maritimes (la pêche, la balade en mer, la voile loisir, la plongée et la voile croisière avec les plus beaux mouillages, l'observation de la faune, le canoë, les sites archéologiques marins, les bateaux de tradition...)

Valeur ajoutée Innovations et TIC :

Le modèle ODYSSEA a pour objectif d'accélérer l'intégration d'outils, process et services de la société de l'information dans l'ensemble des activités touristiques et nautiques pour faciliter l'adaptation de ces secteurs et de leurs entreprises aux évolutions du marché des nouvelles technologies de l'information et améliorer leur compétitivité.

D'autre part, la gouvernance partenariale et participative valorisant notamment la recherche des identités et l'intégration des actions, qui caractérise le modèle ODYSSEA, doit mobiliser pour sa mise en œuvre des outils innovants et adaptés d'analyse et d'aide à la décision s'inscrivant dans une perspective de développement touristique compétitif et durable des villes ports, de leurs hinterland, et des itinéraires concernés.

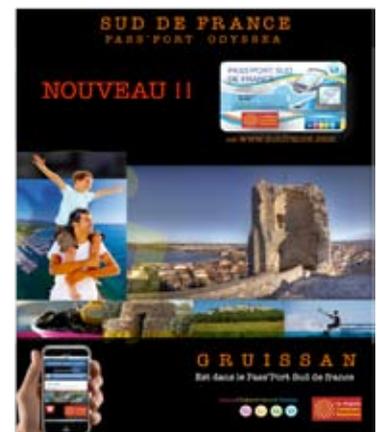
De ce fait, la mise en œuvre d'outils numérisés innovants et partagés (d'aide à la décision, d'évaluation, de formation, de commercialisation) au service des opérateurs publics et privés, mais aussi et surtout, adaptés aux trois phases de la consommation touristique : avant / pendant / après, grâce à des solutions TIC, permettra à la fois :

- Pour les professionnels publics et privés :

- la mise en œuvre d'une véritable politique touristique durable grâce à une meilleure prise en compte des particularismes et des enjeux territoriaux, mais aussi des attentes de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur touristique (élus, habitants, socioprofessionnels et visiteurs) ;
- une meilleure structuration de l'offre touristique et une plus grande lisibilité en termes de positionnement ;
- une plus grande visibilité pour l'ensemble des opérateurs sur le territoire ;
- l'accès à une véritable « plateforme de marché » fédérant d'une part les offres durables émanant des territoires et d'autre part les demandes des concepteurs et vendeurs professionnels de produits touristiques (voyagistes, tours opérateurs, croisiéristes...) pour faciliter la création, le développement et la commercialisation de nouveaux forfaits touristiques favorisant un étalement de la fréquentation sur les territoires du projet ;
- l'amélioration des services auprès des touristes en termes de réponses à leurs attentes : où s'arrêter, que voir, que faire, comment trouver, réserver sa place au port, acheter des prestations et autres produits locaux, quels fils conducteurs thématiques suivre... ;
- l'accessibilité à de nouveaux publics amoureux des paysages, des cultures et identités locales... ;
- l'accès à de nouveaux outils de mise en tourisme et de valorisation des patrimoines et des cultures locales : interprétations ludiques, réalité augmentée, Système d'Information Géographique, les événementiels... ;
- l'amélioration des compétences professionnelles. La modernisation de l'activité touristique s'accompagnera d'une intensification des efforts pour améliorer les compétences professionnelles des travailleurs de ce secteur, notamment en vue de faciliter leur adaptation aux nouvelles technologies et nouvelles attentes du marché.

- Pour les visiteurs :

- de faciliter la préparation du voyage, la découverte sur place et consolider les liens après le voyage ;
- de bénéficier d'un portail unique d'information, de réservation, d'achat... ;
- de bénéficier d'un accueil de qualité et des services de professionnels compétents et qualifiés ;
- de mieux interpréter les sites patrimoniaux, paysages, équipements culturels... (Audio-guides, lecture multimédia des paysages, images et visites virtuelles...) dans la logique historique des rapports euro-méditerranéens ;
- de mieux guider le visiteur : GPS, balises, signalétique...



Les nouvelles offres et nouveaux services en faveur du tourisme de croisière, de la plaisance et des terroirs culturels associés :

Le développement des produits nautiques (location de bateaux, promenades, croisières, tourisme & pêche...) est en partie freiné par les problèmes de place, les conflits d'usage et le manque d'une stratégie globale et ambitieuse de mise en réseau des villes-ports pour favoriser l'itinérance dans le cadre de filières et produits touristiques structurés. Le modèle ODYSSEA a pour objet, au sein des destinations parties prenantes du dispositif, de structurer les filières tourisme et nautisme par de nouvelles offres et des services plus adaptés, en logique avec les différentes typologies de publics, des pratiques et du potentiel des espaces littoraux et leurs territoires intérieurs.

Le modèle ODYSSEA est de ce fait un moyen de remédier à l'insuffisance du nombre de places dans les ports de plaisance puisqu'il incite d'une part les plaisanciers à sortir davantage du cadre contraint d'un port d'escale en favorisant la rotation, l'itinérance entre les villes-ports, le développement d'une offre touristique valorisant l'espace maritime d'un territoire (lecture des paysages maritime, balises...) et les espaces naturels et ruraux des territoires intérieurs. De plus, le développement des itinéraires culturels valorisant l'interface terre-mer et la multiplication d'une offre de produits et services valorisant les patrimoines et les identités et reliant le port à son territoire intérieur (agritourisme, activités de pleine nature, saveurs et senteurs...) encourageront les plaisanciers, au même titre que l'ensemble des autres clientèles touristiques à entrer dans les terres, générant des flux et un développement en profondeur, contribuant à rééquilibrer l'activité touristique dans l'espace.

Ces mouvements permettent ainsi d'augmenter les dépenses effectuées par les vacanciers non seulement dans les ports mais aussi dans les territoires ruraux associés. Le port s'inscrit donc dans l'économie générale d'un territoire et est un vecteur de développement territorial solidaire.

D'autre part, l'accès au portail ODYSSEA, véritable « plateforme de marché » fédérant d'une part les offres des territoires et d'autre part les demandes des opérateurs et vendeurs professionnels de produits et forfaits touristiques (voyagistes, TO, croisiéristes...) facilitera la création et la commercialisation d'une nouvelle offre de produits et services touristiques dynamisant ainsi l'attractivité et la compétitivité des villes escales ODYSSEA comme destinations touristiques à la fois locales et internationales.

MODÈLE ÉCONOMIQUE : LA PÉRENNITÉ DU PROJET ET DU RÉSEAU ODYSSEA

Contributeur : Philippe Calamel, Directeur de projet ODYSSEA France-Europe

Une étape décisive de la dynamique ODYSSEA en vue de garantir sa capacité à structurer, fédérer, organiser et développer durablement le réseau.

Le modèle économique ODYSSEA s'organise via les ports et les activités nautiques et fluviales dont l'économie est dans une dynamique à forte croissance. L'importance du nombre de villes-ports (1240 en France et 1500 rien qu'en Méditerranée), du nombre de plaisanciers (7 millions en Méditerranée), garantissent un seuil d'équilibre économique largement positif au bénéfice du GEC ODYSSEA grâce aux adhésions, cotisations et services développés.

La mise en réseau des ports – villes – communes rurales est engagée dans la durée et inscrite dans les fondements de l'itinéraire culturel Union pour la Méditerranée. Elle est appuyée au niveau européen par l'avis favorable émis par les experts du Conseil de l'Europe pour l'attribution du label d'itinéraire culturel européen au titre d'itinéraire Culturel des cités portuaires, le long des voies maritimes et fluviales, des escales « Patrimoine Phare de l'Europe et de la Méditerranée ».

Chaque entité territoriale cotise au groupement qui développe en retour différents services en termes d'ingénierie, d'Assistance à Maîtrise d'ouvrage (AMO), de guides de bonnes pratiques, une promotion internationale...

L'atlas web ODYSSEA des destinations européennes et les TIC embarquées permettent aussi de développer des partenariats économiques : public / privé, de la régie média (exemple : plus de 200 adhérents professionnels rien que sur la ville de Gruissan).

Le portage du programme en copropriété avec les collectivités publiques (OT – capitaineries...) qui restent propriétaires des outils, des bases de données, garantit l'actualisation des données, la gestion des contenus dans le temps, des moyens humains conséquents, l'administration des offres et services, la durabilité de la gestion des investissements.



Cœur de cible du modèle économique ODYSSEA : le marché de la plaisance et de la grande plaisance

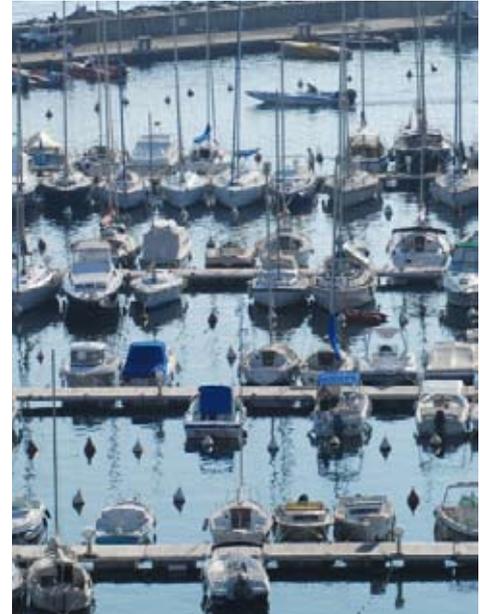
Contributeurs : Grégory Goddard, Délégué général FFPP - Alberto Cappato, Secrétaire général, IIC de Gênes

Le marché de la plaisance en Europe et en Méditerranée.

La plaisance s'est fortement développée en Europe depuis une cinquantaine d'années et continue de se développer au sein des nouveaux Etats membres.

L'Union européenne est ainsi la première puissance maritime mondiale pour la plaisance.

Ramené au nombre de bateau par personne, l'indice pour les pays nordiques et notamment scandinaves est plus important que pour la France, l'Italie et la Croatie qui en revanche absorbent l'essentiel de la plaisance méditerranéenne.



L'Europe compte plus de 4 000¹ ports, dont :

- France : 601 ports de plaisance maritimes et 1248 avec les haltes et ports fluviaux et lacustres¹
- Italie : 312 ports de plaisance maritimes
- Espagne : 301 ports de plaisance maritimes
- Portugal : 19 ports de plaisance maritimes
- Méditerranée : 890 ports de plaisance maritimes³, dont 29 en Tunisie, 24 en Algérie, 9 au Maroc, 8 en Israël, 6 en Egypte, 6 à Malte, 3 au Liban, 3 en Syrie, 2 au Monténégro... Près de 1 500 avec les ports fluviaux.

L'Europe compte aussi 1 500 000 anneaux, dont :

- France : 250 000 anneaux organisés¹
- Italie : 105 000 anneaux²
- Espagne : 106 265 anneaux²
- Portugal : 4 700 anneaux²
- Maghreb : 6 086 anneaux³ en mouillages organisés et non organisés (2 286 anneaux dans 9 ports au Maroc, 2 700 anneaux pour 8 ports en Tunisie et 1 100 anneaux pour 3 ports en Algérie).

et 6 millions de bateaux en Europe, dont :

- France : 1 000 000 bateaux²
- Italie : 419 000 bateaux²,
- Espagne : 255 000 bateaux²,
- Maghreb : 3600 bateaux.

Cette répartition est très disparate selon les pays et la densité d'anneaux et de bateaux est la plus importante dans les pays nordiques, alors que ces chiffres sont relativement faibles pour les nouveaux États membres de l'UE.

- Plus de 850 000 embarcations² n'utilisent pas les amarrages portuaires.

¹ « Les chiffres de la plaisance : Premier diagnostic et bilan » (FFPP, 2011)

² « Actes de la 7ème Journée FFPP au Palais du Luxembourg, Les Ports de Plaisance en Europe Acte III : Une gestion dynamique et responsable pour un développement durable », (FFPP, Euromarina, 2009)

³ Croisement des informations transmises par les Membres du réseau ODYSSEA constitués des Fédérations nationales des Ports de Plaisance espagnole, italien, portugais et des Régions autonomes de Valence, d'Andalousie, des Îles des Baléares, ainsi que de la CIPPM (FFPP, 2011)

⁴ « La filière nautique : de multiples enjeux en France » (CODCAP, 2008), « Les ports de plaisance en Europe » (FFPP, Euromarina, 2006), « La conduite de projets de développement des ports de plaisance » (ODIT France, 2005)

L'intérêt économique qui se dégage pour les villes qui disposent d'un port de plaisance repose sur un coefficient multiplicateur de 2 à 10 par rapport aux autres villes. Ce coefficient est encore multiplié et se situe entre 10 et 15 dès lors que le port de plaisance a une vocation touristique².

Cette forte attractivité touristique des ports engendre souvent une saturation de l'offre :

- France : 41 800 inscrit sur liste d'attente¹,
- Maghreb : Pour le Maroc, la Tunisie et l'Algérie, il n'y a pas de phénomène de saturation mais un manque d'infrastructures et d'équipements portuaires ne permettant pas de répondre à la demande pour l'instant³.

Le taux de renouvellement annuel des bateaux est estimé à 4% et la capacité totale de places créées ces 5 dernières années est de :

- France : 5 800 places ont été créées ces 5 dernières années¹
- Maghreb : Création de 1 200 places supplémentaires suite aux récents programmes nationaux de développement des ports de plaisance³.

L'augmentation de la valeur du parc immobilier peut ensuite atteindre 200% dans les ports où les propriétaires ont un accès direct aux anneaux. Le nombre de visiteurs par anneau peut être estimé de 1,5 à 4 dans une année et la moyenne des dépenses est de 175 euros par jour et bateau et par pays.

En 2010, le nombre d'escales et de nuitées étaient de :

- France : 520 000 escales et 3 500 000 nuitées¹,

La majorité des plaisanciers ne sont par ailleurs pas résidents du port où se trouvent leurs bateaux, mais sont locataires ou propriétaires de résidences secondaires.

Les dépenses annuelles des visiteurs étrangers sont quant à elles estimées à 1 800 euros par bateau et à 30 000 euros quand il s'agit de super yachts.

Le port de plaisance reste le lieu de visite privilégié pour 80% des familles en visite et des résidents dans la ville-port. Les ports de plaisance ont un fort impact sur l'emploi et le développement de l'activité économique des territoires locaux. Le nombre d'emplois directs liés à la plaisance en Europe est de l'ordre de 30 000.

France : 2 280 emplois directs répartis comme suit¹:

- 49% sont des agents de port,
- 15% des maîtres de port,
- 13% des personnels d'accueil, assistant(e) de direction et comptable
- 10% des cadres dirigeants.

Maghreb : Très peu d'emplois qualifiés et personnel très restreint en raison de manque de services. On estime à 630 le nombre d'emplois générés dans les ports, essentiellement répartis en personnel administratif et personnel technique³.

Le nombre d'emplois indirects est de l'ordre de 180 000, dont 20 300 pour la France¹.

- France : 10 emplois pour 100 places⁴,
- Maghreb : 0,5 emploi pour 100 places³.

Le chiffre d'affaires des ports de plaisance européens est estimé à 3,5 milliards d'euros, dont plus de 20% sont dédiés à l'investissement, la maintenance et au renouvellement des installations :

- France : 900 millions d'euros¹,



- Maghreb : On estime le potentiel à 8,7 M€ de recettes par an, 110 M€ d'impacts financiers globaux.
- Le poids économique de la plaisance et de la grande plaisance était évalué en 2006 à 10,6 milliards d'euros en Europe par « The European Cruise Council », soit une augmentation de 27% par rapport à l'évaluation annuelle de 2005.

Le potentiel du développement de la plaisance en Europe et en Méditerranée est considérable dans un contexte où les ports connaissent des difficultés pour trouver de nouveaux emplacements notamment.

La création de places supplémentaires à flot et à sec, la rénovation des bassins existants, l'inventaire précis des friches portuaires, et des solutions pérennes pour les dragages sont autant de solutions à court et moyen termes qui permettront de générer plusieurs milliers d'emplois et des ressources supplémentaires.

Le tourisme fluvial est un secteur économique qui progresse également régulièrement depuis plusieurs années. Les entreprises de bateaux promenade, de croisières et celles de location de coques de plaisance génèrent un chiffre d'affaires annuel qui est de l'ordre de 230 millions d'euros.

Le tourisme fluvial comprend en fait une multitude d'activités :

La location de coques de plaisance, c'est-à-dire la location par des particuliers qui utilisent ce mode de déplacement pour effectuer du tourisme dans une région : A ce jour, 69 opérateurs en France gèrent 1802 unités réparties sur 125 bases. Les bateaux promenades proposant des excursions à la journée avec ou sans restauration : à ce jour, 221 opérateurs gèrent 375 unités offrant près de 47 015 places. Les paquebots fluviaux proposant des croisières de plusieurs jours : 11 opérateurs gèrent, à ce jour, 26 unités offrant environ 3 440 lits. Les péniches-hôtel proposant des croisières de plusieurs jours : 62 opérateurs gèrent, à ce jour, 73 unités offrant environ 952 lits.



PILIER DU MODÈLE ÉCONOMIQUE ODYSSEA EN MÉDITERRANÉE : LE TOURISME CULTUREL, SON POIDS ET SES ENJEUX

Contributeurs : Jean-Pierre Martinetti et Sylvain Campos, CECTD

Selon l'UNESCO, le voyage culturel et patrimonial est l'un des segments du tourisme international qui connaît la croissance la plus rapide. En effet, la culture influe sur les décisions de vacances, et les spécialistes du tourisme prévoient que cette tendance se poursuivra.

Il est aujourd'hui indispensable que les destinations se créent des identités uniques afin de séduire ce segment en quête de sens, d'identité et d'authenticité. En droite ligne de cet enjeu, l'une des principales vocations d' ODYSSEA est de faire vivre les patrimoines phares et les cultures locales d'un réseau transfrontalier de ports et territoires touristiques par la création et la mise en tourisme durable, d'itinéraires culturels déjà labellisés par le Conseil de l'Europe. Cette ambition est clairement affichée dans les partenariats qu'elle tisse avec des acteurs de premiers plans, tels que l'Institut Européen des Itinéraires culturels (IEIC du Conseil de l'Europe) et la Cité de la Culture et du Tourisme Durable.

Tourisme et Culture, des liens historiques en Europe et en Méditerranée :

Le tourisme dans sa forme moderne est né de la soif de culture des hommes et de leur intérêt pour l'ailleurs. Bien loin de l'image de dilettantisme qu'on lui attribue souvent, il est né du « Grand Tour » que faisaient les aristocrates britanniques à travers l'Europe pour parfaire leur éducation. Ce « Grand Tour » dont est issu le mot tourisme est ainsi étroitement lié à la connaissance, à l'éducation, à la formation dans les domaines très variés : croyances, arts, mœurs, coutumes...



Ainsi, cette fonction culturelle du voyage est apparue d'emblée. Elle repose sur un attrait et un intérêt pour le dépaysement et la découverte de villes différentes et d'autres modes de vies. Cette itinérance a également caractérisé les migrations alternées, les séjours de villégiature des aristocrates et des rentiers dans les stations balnéaires ou thermales l'été et les stations de montagne l'hiver, qui ont été l'occasion de découverte et de développement de sites exceptionnels et de nouveaux cadres de vie dont les formes d'architecture et le paysage sont devenus à leur tour des patrimoines à visiter.

On a pu considérer qu'au fil de la démocratisation du tourisme, le lien entre tourisme et culture s'était distendu : des « congés payés » français de 1936 qui ont ouvert le tourisme à des travailleurs en quête de détente et de soleil, jusqu'à l'industrie des loisirs des « trente glorieuses », basée sur les fameux 3 S : « sea, sex « and » sun ». Pour des masses de touristes avides de farniente et de bains de mer, le stéréotype qui fait image est celui de « bronzer idiot ». De fait, la culture est alors généralement vécue comme ennuyeuse, rébarbative, élitiste ; on lui oppose la « contre-culture » dans la jouissance de l'instant présent. De fait, un profond fossé s'est creusé entre les mondes de la culture et du tourisme d'où les préventions, voire les anathèmes contre le touriste ignorant, prédateur, pollueur et iconoclaste qui s'oppose au voyageur assoiffé de découverte (Jean-Didier Urbain).

Mais le tourisme en constante mutation allait évoluer au fil de l'émancipation des clientèles européennes, fruit de l'ouverture à de nouvelles cultures et de la réflexion sur l'accès à la culture. La transformation de l'offre culturelle, la valorisation du patrimoine matériel et immatériel, la remise en question profonde de la muséographie, la multiplication des festivals ont irrigué les produits touristiques d'une large gamme d'activités culturelles attractives et accessibles. Portée par d'autres éléments d'essence politique et éthique, s'est développée une demande croissante pour un tourisme d'échange et de découverte : connaître d'autres lieux, d'autres gens, rechercher le caractère et l'authenticité dans un retour aux sources du tourisme.

Cette évolution prend un sens particulier en Méditerranée en raison des liens très forts tissés entre tourisme et culture dans un espace commun, la « Mare Nostrum ».

Son attractivité touristique exceptionnelle et diversifiée repose certes sur son climat doux et son littoral mais son « avantage concurrentiel » Dans le Livre blanc, mettre correctement le guillemet est lié, comme l'a rappelé le PNUE à Athènes en 2005, à :

- la diversité et la richesse de son patrimoine et de sa culture ;
- une proximité culturelle et physique du marché européen ;
- un développement touristique ancien.

« C'est en effet en Méditerranée, sur les rivieras françaises et italiennes, que le tourisme moderne a été inventé. L'ancienneté de ce développement touristique lui donne une position avantageuse sur le marché mondial. Le développement de lieux de villégiatures de renommées mondiales au XIX^{ème} siècle (Venise, Nice et Monaco, Syracuse, Corfou, Majorque. . .) et leur fréquentation par les artistes procurent à la Méditerranée une « profondeur » touristique et un potentiel de rêve inégalé. D'autre part, les infrastructures sont en place depuis longtemps et les équipements touristiques variés et de qualité » (Plan Bleu, programme des Nations Unies pour l'Environnement – Plan d'action pour la Méditerranée, 2005. . .).

Le poids des marchés touristiques

Comme indiqué dans l'article précédent, le tourisme culturel ne cesse d'élargir son domaine et se diversifier. Il englobe aujourd'hui le tourisme architectural, la visite des sites naturels, référencés ou non par l'UNESCO, et le tourisme marin pour l'exploration de l'héritage subaquatique. On compte également le tourisme religieux et le tourisme gastronomique, l'agrotourisme, les festivals et, sans doute l'activité la plus traditionnelle de toutes, la visite de musées et de galeries d'art.

La culture et le patrimoine investissent le domaine touristique sous des formes très diverses affectant la quasi-totalité des types de tourisme. Le patrimoine local est par exemple omniprésent dans un tourisme rural et de caractère (hébergement – restauration – animation – loisir).

Comme elle ne calcule pas ses retombées économiques, l'activité culturelle n'est pas comptabilisée dans les comptes satellites du tourisme (OMT, Organisation mondiale du tourisme). Cependant, même si elle n'a pas de retombées calculées, de nombreuses études font état de sa force d'attractivité, puissant vecteur de développement pour les économies locales.



Ainsi, le patrimoine représente un capital économique majeur. Pour l'ensemble du territoire français, on estime (selon l'étude nationale des retombés du patrimoine 2009) à 33 000, le nombre de personnes travaillant dans ce domaine (employés au sein des sites, agents des collectivités et guides du patrimoine). En ce qui concerne les retombées indirectes, on estime à 280 000 le nombre d'emplois générés par le patrimoine (emplois liés à la restauration du bâti, emplois touristiques et autres emplois). Le nombre d'emplois induits, lui, s'élèverait à 187 000 en appliquant un coefficient multiplicateur de 1,6. En prenant les précautions qui s'imposent en matière d'interprétation des chiffres, on peut estimer en France le nombre d'emplois liés au patrimoine à environ 500 000. Selon la même étude, les recettes globales directes sont estimées à 541 millions d'euros. Les retombées économiques indirectes liées au patrimoine sont estimées à 21 milliards d'euros (liées à la restauration du bâti, au tourisme patrimonial et financements publics).

Selon l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le tourisme culturel et patrimonial représentait 40% de l'ensemble du tourisme international en 2007 comparativement à 37% en 1995.

D'autre part, selon une étude de l'Eurobarometer réalisée en 2009 pour la Commission européenne, l'offre culturelle et patrimoniale d'une destination serait un facteur de premier plan dans le choix de voyage d'un Européen sur quatre.

Plus encore, l'enquête d'Atlas Cultural Tourism, effectuée en 2007 auprès de 4600 voyageurs internationaux, indique que la présence d'une offre thématique, étoffée et variée constitue le facteur le plus important dans le choix d'une destination culturelle.

Cette évolution a été également largement commentée dans le chapitre précédent. Elle concerne la quasi-totalité du marché.

(Enquête d'IPSOS/Maison de la France)

Parmi les motivations les plus évoquées par les adeptes du tourisme culturel, on trouve :

- le désir de vivre la culture locale et d'expérimenter l'authenticité des lieux (Il ne s'agit plus seulement de voir les icônes principaux du patrimoine, mais de s'immerger dans la culture.) On parle alors de plus en plus de tourisme d'expérience.
- la volonté d'acquérir des connaissances et de mieux comprendre les populations et l'histoire des lieux.

Le tourisme culturel, facteur de durabilité et de compétitivité

Sur le plan économique

D'un point de vue structurel, le tourisme culturel n'est pas ou peu soumis aux phénomènes de saisonnalité. Sa pratique n'est pas contrainte, et une destination disposant d'un potentiel et d'une offre culturelle compétitive est attractive à n'importe quel moment de l'année. Ce constat nous mène au fait que même s'il existe indéniablement des pics saisonniers générateurs de flux touristiques et financiers significatifs, tout simplement liés aux périodes de vacances les plus importantes, le tourisme culturel permet de lutter contre les effets de « désertification temporelle ». Rappelons aussi qu'en plus de favoriser une meilleure répartition des flux physiques et économiques dans le temps et dans l'espace, les touristes motivés par la culture et le patrimoine ont une propension à dépenser plus importante que la moyenne.

Sur le plan socio-culturel

Outre les bénéfices économiques engendrés, une meilleure répartition des flux touristiques permet de prendre en compte les problèmes de capacité de charge et autres conflits d'usage au sein des populations locales comme avec les visiteurs. Le développement d'un tourisme culturel durable et respectueux favorise par ailleurs une réappropriation des patrimoines et des cultures locales par les populations, renforce l'attachement de ces derniers à leur territoire et le sentiment de fierté d'appartenance, et préserve les peuples contre les phénomènes d'acculturation, en favorisant le respect des échanges et le multiculturalisme.

Sur le plan environnemental

La valeur ajoutée environnementale la plus marquante est la préservation et la valorisation de la diversité naturelle, culturelle et paysagère des territoires. Elle est aujourd'hui la condition indispensable d'un développement harmonieux, équilibré et durable. Par son essence même, le tourisme culturel valorisant le patrimoine est moins prédateur que la majorité des autres formes de tourisme car même s'il n'est plus réduit à l'état de niche, il conduit généralement à une prise en compte élargie du patrimoine local. En outre, sa pratique restera pour longtemps éloignée des phénomènes de masse. Cependant, sa démocratisation en lien avec les nouvelles attentes des touristes en quête de sens, de connaissance, d'authenticité, implique aujourd'hui une réelle prise de conscience d'un nombre grandissant d'acteurs concernés qui sont les garants non seulement de sa survie, mais de sa diversification.

Pour conclure, nous entendons souvent dire que le tourisme, culturel y compris, à l'inverse d'autres activités industrielles, n'est pas délocalisable. Même si cette idée est en partie louable pour ce qui est de la production touristique et des patrimoines, elle est totalement erronée en ce qui concerne la consommation, car le touriste international peut aller consommer ailleurs un produit tout aussi attractif, mais plus compétitif ou plus conforme à ses attentes dans les pays émergents où l'authenticité est encore plus vivante.

Un défi s'impose donc aux territoires mobilisés par le réseau ODYSSEA : la préservation et la valorisation des patrimoines et des identités fondées sur l'amélioration de l'information, de l'accueil et de la mise en tourisme des sites, ainsi que des lieux et des événements culturels pour répondre aux attentes et désirs des visiteurs dans une société en changement.

LE FINANCEMENT DU PROJET

Des réponses adaptées de financement permettent de faciliter le développement des outils et investissements des territoires engagés dans le programme ODYSSEA.

On peut citer les fonds d'assistance technique pour le pilotage des projets et le suivi opérationnel. Les fonds de garantie mutualisés, fonds d'investissement thématiques destinés en particulier à la valorisation par l'économie de patrimoines remarquables, fonds d'investissement dédiés à des partenariats public-privé pour la réalisation d'infrastructures majeures, micro-crédits pour des projets touristiques ou artisanaux de petite et moyenne tailles, etc.

La prochaine génération des financements de la Commission Européenne destinés à la coopération territoriale européenne 2014-2020 devrait favoriser le financement d'initiatives à échelle européenne afin de promouvoir des réseaux exemplaires (par exemple les Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe qui seront éligibles aux futurs fonds structurels culturels en cours de décision), dans des objectifs d'excellence commegarantir le respect de la charte et du label ODYSSEA.



LES PRÉVISIONS DE DÉVELOPPEMENT DU MODÈLE ODYSSEA

Le programme ODYSSEA France-Europe-UpM a pour objectif de mettre en œuvre des projets régionaux et subrégionaux qui vont générer la réalisation d'infrastructures portuaires et touristiques avec le renfort des nouvelles technologies de l'information et de la communication. A ce titre, vont être mis en œuvre 130 projets stratégiques au cours des prochains exercices 2012-2013-2014 répartis sur 450 cités portuaires & territoires de la rive sud et nord de la Méditerranée et de l'Europe.

Le financement des actions pilotes : les circuits financiers (européens et nationaux) mobilisables par les ports-communes et les territoires candidats.

AU NIVEAU EUROPÉEN

La coopération entre Européens est affichée comme un enjeu majeur des fonds structurels de l'Union pour la période 2007-2013. A la clef, cette décision permet le développement de réseaux qui garantissent des échanges d'expériences et la capitalisation des bonnes pratiques. A ce titre, le caractère territorial des actions du projet ODYSSEA et sa dimension transnationale lui ouvrent des possibilités de financements pour des projets de coopération européenne entre régions de l'Union Européenne, et lui permettent également d'accéder à différentes sources de cofinancement au niveau régional et local.

À ce jour, ont été fédérés des partenariats européens qui ont permis de développer des projets transfrontaliers et interrégionaux.

Projets de coopération transfrontalière – Objectif 3 FEDER – Volet INTERREG IV A

Cet espace correspond à des projets de coopération financés à 75 % (FEDER), et sont réalisés entre des régions ayant une frontière commune. Il a pour but :

- d'intégrer des zones, séparées par des frontières nationales mais confrontées à des problèmes communs. Près de 75% du « Feder-objectif coopération territoriale » sont alloués à ce type de coopération, afin de développer avant tout la croissance et la création d'emplois.

Les bénéficiaires de ces fonds sont les communes pilotes, leurs structures collectives, les Régions... Les actions financées sont des petits investissements, des innovations, TIC...

- ODYSSEA FIM (France Italie Maritime): Corse - Ligurie - Toscane - Sardaigne (approuvé)
- TPE (Tourisme Ports Environnement) : Corse - Ligurie - Toscane -Sardaigne (approuvé)
- RESAPORTS (ALCOTRA)- ODYSSEA : France - Italie (approuvé)
- ODYSSEA AL ÁNDALUS : Espagne (Andalousie) - Maroc (Tanger-Tetouán) (approuvé)



Projets de coopération interrégionale et transnationale – Volet INTERREG IV B et IV C

Cet espace correspond à des projets s'inscrivant dans des partenariats de coopération définis, plus larges que ceux retenus pour la coopération transfrontalière. Il concerne des espaces transnationaux regroupés autour de problématiques géographiques communes (fleuve, mer, massif montagneux). Les partenariats doivent notamment réfléchir ensemble à la protection de l'environnement, au développement d'interconnexions et à la compétitivité [(Europe du Nord Ouest, Espace Atlantique, Sud Ouest européen, Espace Alpin, Méditerranée, Espace Caraïbes (Antilles, Guyane), Espace Océan Indien (Réunion), Espace Amazonie (Guyane, Brésil, Surinam)].

- ODYSSEA SUDOE : Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon, Baléares, Andalousie, Algarve, Alentejo (approuvé)
- CERTESS - European Cultural Routes - Transfer Experiences, Share Solutions – ODYSSEA : Espagne - France - Italie - Malte - Chypre - Crète (en instruction)
- ODYSSEA NTIC SUDOE : Languedoc-Roussillon - Algarve - Alentejo - Andalousie - Communauté Valencienne (en instruction)

Autres projets de coopération

D'autres projets dits de « Voisinage » intègrent les pays tiers du sud de la Méditerranée. Ils sont en cours d'instruction et vont permettre d'étendre la territorialité de projet ODYSSEA dans le cadre de la programmation des fonds structurels européens pour la période 2007-2013

- 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)

Ces espaces de coopération permettent de créer des réseaux de collectivités autour de thématiques spécifiques, sans avoir à justifier de frontières communes.

Les collectivités de ces régions bénéficient de ces fonds (entre 75 et 90 %) à travers l'élaboration de différents programmes qui doivent répondre aux besoins prioritaires de la région tout en respectant les orientations communautaires et nationales qui encadrent la nouvelle génération de programmes.

Enfin, d'autres projets spécifiques permettent de répondre à des orientations stratégiques de la Commission Européenne. C'est le cas de l'appel à projet lancé en 2011 par la DG entreprises et Industrie de la Commission Européenne sur la thématique des routes culturelles méditerranéennes, des itinéraires de promotion et d'échanges mutuels qui visait à sélectionner de 3 à 4 projets européens exemplaires : CALL FOR PROPOSALS TRANS-NATIONAL COOPERATION PROJECTS ON EUROPEAN CULTURAL ROUTES.

C'est dans ce cadre que le projet ODYSSEA CULTURES EURO-MED : ODYSSEA – Itinéraire culturel des Ports & Cultures de la Méditerranée : France - Espagne - Belgique - Luxembourg a été approuvé.

Le projet concrétise la création d'un réseau transnational exemplaire des Villes-Ports – Territoires ruraux et vise à soutenir les bénéfices économiques du développement du tourisme maritime et fluvial sur le long terme. Un projet qui valorise le patrimoine culturel et naturel



en coopération avec les itinéraires la route des Phéniciens , les Chemins de la Vigne « Iter Vitis », la route des Oliviers et deux itinéraires en devenir et d'intérêt stratégique pour l'Institut Européen des Itinéraires Culturels. ... promus sur un portail web 2.0 où 1500 ports sont géopositionnés, qui intègrent des TIC et un « Pass'port numérique » qui assure la distribution de forfaits touristiques thématiques.

Le projet réunit le partenariat suivant :

- Communauté d'Agglomération Hérault-Méditerranée (France)
- Groupement Européen de Coopération ODYSSEA (GEC ODYSSEA – France)
- Institut Européen des Itinéraires Culturels (IEIC – Luxembourg)
- Agence du Tourisme des Iles Baléares (ATB – Espagne)
- Network of European Regions for a Competitive and Sustainable Tourism (NECSTouR – Belgique)



AU NIVEAU DES RÉGIONS

Au-delà des financements européens, le projet ODYSSEA appuie son développement en France en cohérence et complémentarité avec les contrats de projet État-Région (CPER) et les accords territoriaux dans les autres pays membres (fonds FEDER, FEADER, FSE régionalisés) qui ont vocation à être l'outil privilégié de mise en œuvre de la politique d'aménagement et de compétitivité des territoires.

Ces contrats sont articulés autour de trois axes : la compétitivité et l'attractivité des territoires, le développement durable et la préservation de l'environnement, la cohésion sociale et territoriale. Ce dernier objectif vise à renforcer la cohésion sociale, notamment par un soutien aux politiques d'emploi et de formation professionnelle, la recherche d'une plus grande égalité des chances et l'accompagnement des mutations économiques et des politiques de conversion des bassins en difficulté.

Au niveau opérationnel l'enjeu consiste donc à positionner les projets des cités portuaires candidates dans un cadre régional et à leur permettre de financer leurs programmes ODYSSEA grâce à des fonds provenant des contrats de projet État-Région, mais aussi d'entraîner la participation des Conseils généraux, des Conseils régionaux et des collectivités locales qui viennent en complément des financements européens.

LES OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION DANS LE MODÈLE ODYSSEA

SUIVI & ÉVALUATION

UN PARTENARIAT CONCERTÉ AVEC LA CITÉ EUROPÉENNE DE LA CULTURE ET DU TOURISME DURABLE

Contributeurs : Jean-Pierre Martinetti et Sylvain Campos, CECTD

La gouvernance partenariale et participative valorisant notamment identité et intégration, qui caractérise le modèle ODYSSEA, doit mobiliser pour sa mise en œuvre des outils innovants et adaptés d'analyse et d'aide à la décision. Des outils innovants qui s'inscrivent dans une perspective de développement touristique compétitif et durable des villes-ports, de leurs hinterland/territoires intérieurs, et des itinéraires concernés en suivant un partenariat étroit et concerté avec la Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable et avec la coopération de l'Institut Européen des Itinéraires culturels.

Ces outils, issus d'une R&D financée par l'Etat et les collectivités territoriales dans le cadre d'un partenariat public-privé (Pôle d'Excellence Rurale CECTD, partenaire du consortium ODYSSEA) feront l'objet d'un développement spécifique prenant en compte, aux côtés des indicateurs de développement touristique compétitif et durable, les priorités de la charte ODYSSEA.

EQUALTO Destinations ODYSSEA

Comment situer et accompagner une destination, la ville-port et hinterland dans un processus de durabilité touristique ?

L'outil « EQUALTO destinations ODYSSEA » répondra à ce besoin. Outil de la famille EQUALTO (projets, équipements, destinations, produits) développé par la CECTD dans le cadre d'une R&D et de financements publics privés, ce système expert de mesure et de positionnement dans le processus de durabilité permet d'appuyer les opérateurs publics et privés dans leur démarche de développement compétitif et durable que sous-tend le modèle ODYSSEA. Ce progiciel innovant présente les caractéristiques suivantes répondant à un cahier des charges à partir d'indicateurs de responsabilité sociale et environnementale, de performance économique et financière, de solidarité sociale et territoriale et de valeurs et d'identités locales :



- l'accessibilité financière pour tous types d'acteurs et de territoires
- la facilité de mise en œuvre dans un environnement complexe
- l'objectivité et la pertinence de la notation dans le choix du paramétrage des indicateurs croisant les dimensions globales et locales
- la flexibilité de l'outil permettant une adaptation aux spécificités des destinations et des activités touristiques
- l'opérationnalité de l'outil permettant lisibilité, autonomie et fréquence d'utilisation
- l'amélioration continue dans la démarche engagée à partir de la production d'un rapport d'évaluation et de préconisations

EVALTO Escales ODYSSEA

Le processus de développement touristique compétitif et durable des territoires repose sur l'appréciation d'un optimum de l'activité touristique, à partir de seuils (tolérance et satisfaction), de la recherche de l'impact et de la charge touristique (tant physique que psychologique) sur les acteurs et les destinations, permettant d'éclairer les choix des décideurs. Cet enjeu est particulièrement important dans les villes-ports et les destinations du réseau ODYSSEA.

C'est dans ce cadre que l'outil EVALTO Escales ODYSSEA sera mis en œuvre.

Ce progiciel d'enquête et d'évaluation est le résultat d'un programme de recherche mené par la Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable avec l'appui d'un spécialiste de l'observation touristique et d'un développeur d'applications numériques et a fait l'objet d'un financement public-privé. Il permet ainsi de mesurer l'impact croisé du phénomène touristique sur un territoire par les principaux acteurs économiques qui le composent (professionnels, élus, touristes et habitants). Il est modulable dans son paramétrage selon les caractéristiques et enjeux des territoires étudiés (rural, balnéaire, montagnard, urbain...).

Facile à mettre en œuvre, cet outil est beaucoup moins onéreux et plus accessible qu'une enquête classique car l'administration et l'analyse de l'enquête sont soutenues par un système automatisé. Il permet la mesure et l'analyse de données aussi utiles que pertinentes telles que le profil et le niveau de satisfaction des clientèles touristiques, la mesure de l'impact de cette fréquentation sur les espaces et les acteurs pour identifier les éventuels problèmes en terme de capacités de charge et autres conflits d'usage et ce pour permettre aux décideurs d'être proactifs dans la prise de décisions, favorisant ainsi la compétitivité et la durabilité de leur destination.

NETJAC Villes-Ports et Territoires ODYSSEA

Le développement d'un tourisme compétitif et durable exige la mise en place d'une démarche participative d'un grand nombre d'acteurs du tourisme et des secteurs liés au sein des destinations et itinéraires. Il suppose également la connaissance et la diffusion des bonnes pratiques, le développement de l'innovation et des partenariats dans la R&D.

Afin de répondre aux besoins et attentes du modèle ODYSSEA de mise en relation des acteurs pour travailler ensemble à la construction de projets et produits communs, d'éclairer leur choix par la capitalisation et la diffusion de bonnes pratiques, et valoriser et faire partager l'ensemble des actions menées par l'ensemble des villes-ports du réseau.

La CECTD développera un outil « NETJAC Villes-Ports et Territoires ODYSSEA ». Cet outil interactif et collaboratif de la famille NETJAC, dispositif de mise en réseau conçu par la CECTD dans le cadre du projet européen ERANET-ERNEST, (European Research Network on Sustainable Tourism) du 7ème PCRD permet de croiser en ligne, offres et besoins, informations et expériences, bonnes pratiques et thèmes de recherche.

Le développement de ces trois types d'outils (notation, évaluation, analyse et mise en réseau) prendra en compte les synergies et intégrations dans un système commun d'évaluation et d'appui à l'instar de celui mis en place conventionnellement avec l'Institut Européen des Itinéraires culturels adapté au modèle ODYSSEA.

Dispositif Pôle d'Excellence Rurale CECTD 2007 – Etat et Région en Provence-Alpes-Côte d'Azur



L'EXEMPLE D'UN MODÈLE À SUIVRE : LA GOUVERNANCE DES ITINÉRAIRES CULTURELS DU CONSEIL DE L'EUROPE

(Michel Thomas-Penette, Directeur IEC)

Le tourisme culturel et les itinéraires culturels constituent une filière dont chaque étape est essentielle. Pour en comprendre les besoins, les sources de financement et les rapports de gouvernance, ainsi que les rapports entre secteur public et secteur privé qui concernent une initiative euro-méditerranéenne comme celle d'ODYSSEA, il est nécessaire d'identifier toutes les étapes de décision et toutes les composantes qui coopèrent pour en assurer les complémentarités nécessaires.

C'est la raison pour laquelle il faut examiner quels sont les pratiques et les besoins qui caractérisent cette filière et comment les différents niveaux de gouvernance interagissent, de l'euro-péen au local.

QUELLE FILIÈRE ?

La filière des itinéraires culturels, qui part d'une recherche scientifique pluri-disciplinaire correspondant à un souci d'authenticité, doit aboutir à des « produits » culturels et touristiques ancrés dans des sites et des territoires identifiés, mais des sites et des territoires articulés entre eux de manière transfrontalière et accessibles au plus grand nombre. Le discours d'interprétation et de médiation doit contribuer à un meilleur dialogue et à une meilleure compréhension mutuelle des Européens, tout en rassemblant leurs mémoires éparées à partir de thèmes fortement argumentés et fondés sur une vision historique plurielle.

PRATIQUES ET BESOINS

Pour mettre en œuvre un itinéraire culturel dans son contenu, il faut faire appel à un certain nombre de pratiques, d'approches ou de démarches (nous avons gardé le terme « pratique » en français qui traduit le fait que l'on a à la fois théorisé les notions et qu'on les met « en pratique »). Ces pratiques sont d'ailleurs incluses dans les termes du Règlement à la fois pour l'élection d'un thème et l'évaluation des actions (voir la partie introductive du Livre blanc).

La pratique scientifique

Dans la mesure où la reconnaissance d'un itinéraire culturel du Conseil de l'Europe requiert des conditions de respect de l'authenticité des faits, suscite la confrontation et le dialogue entre les opinions scientifiques et la pluralité des points de vues et doit s'appuyer sur une approche multiculturelle et pluridisciplinaire, cette pratique se situe à l'origine de toute démarche. Elle concerne non seulement l'état des lieux de la recherche sur le thème, ce qui doit paraître une évidence, mais aussi une mise en commun des valeurs européennes du thème, ce qui l'est moins et détermine un champ de recherche interdisciplinaire réellement nouveau et totalement indispensable à un projet qui confronte des cultures et des histoires que les frontières ont parfois séparées pour longtemps. Cette pratique est garantie par

un Comité Scientifique pour chaque itinéraire et elle doit continuer à se développer au cours de la mise en place et du développement de l'itinéraire car il est toujours nécessaire de redynamiser les actions par de nouvelles découvertes ou de nouveaux points de vue issus de la recherche.

La pratique d'interprétation et de médiation

Le patrimoine est médiatisé. Le patrimoine est un média. Et selon la phrase devenue célèbre : « Le média est le message² ». Et à ce titre, il fait l'objet de discours multiples, mais aussi, et c'est plus récent, d'une récupération commerciale par les sociétés qui possèdent les moyens de la numérisation et de l'information en réseaux. Discours des guides, des brochures touristiques, des sites internet et des produits multimédias. La pratique interprétative et de médiation est celle qui permet d'élaborer un message cohérent préparé par le porteur de projet, en accord avec ses commanditaires politiques et administratifs et transmis vers le public par les responsables des outils d'interprétation et de médiation : commissaires et concepteurs d'expositions, rédacteurs de documents imprimés, scénographes, médiateurs et animateurs du patrimoine, guides conférenciers, enseignants... Dans le cas d'ODYSSEA, cette exigence est d'autant plus forte que les itinéraires envisagés s'adressent et concernent trois continents dans un espace où les mouvements politiques ont pris de l'ampleur.

La pratique éducative et citoyenne

Le programme des itinéraires culturels a pris rapidement en compte le fait qu'un de ses publics privilégiés était constitué des jeunes Européens. La raison en est évidente : ce sont eux qui vont construire la Grande Europe et qui, par-dessus la Méditerranée, provoquent aujourd'hui des protestations qui prennent un sens commun. Mais ce sont également eux qui souffrent le plus d'un effacement progressif de la mémoire des événements qui ont forgé leur continent commun, comme leur mer commune et leur ont donné ses caractéristiques d'aujourd'hui. C'est la raison pour laquelle des expériences de pédagogie du patrimoine et de citoyenneté européenne, fondées sur les thèmes et les contenus des itinéraires culturels, doivent être prises en compte par les techniciens du patrimoine et des musées, en relation étroite avec les enseignants et les animateurs, en temps scolaire ou non scolaire.

Les pratiques artistiques et le rapport à la création

Les itinéraires culturels ne doivent pas rester « passésistes » mais doivent au contraire faire revivre les traditions, les savoir-faire, les pratiques oubliées, les dimensions musicales ou littéraires des thèmes, les cultures et savoirs populaires, en les inscrivant dans leur dimension actuelle, soit par de nouvelles pratiques de production tournées vers les visiteurs et les touristes, soit par la relance de filières de production sur des créneaux à forte valeur ajoutée, soit par la création contemporaine. Cette dernière peut être réalisée dans le cadre d'une confrontation entre patrimoine, artistes et arts contemporains, dans le cadre d'une création de novo, ou encore dans le design et la présentation des éléments constitutifs de l'itinéraire (balisage, éclairage, charte graphique, cadeaux...). C'est donc une nécessité de faire appel à tous les métiers de la création artistique et des métiers d'art de création.

La pratique touristique

Dès l'origine, les itinéraires culturels s'appuient sur un concept : « L'idée de faciliter la redécouverte par les Européens, durant leur temps libre, d'une pratique culturelle touristique tournée vers des grands itinéraires transfrontaliers, voire continentaux, qui ont façonné l'histoire des relations culturelles et qui ont favorisé au cours des siècles, des échanges et des brassages s'impose à nos contemporains comme l'un des "instruments de l'action culturelle et de la libre circulation des idées et des hommes" ». Le succès et la qualité d'un itinéraire culturel du Conseil de l'Europe tiennent donc à l'inventivité des porteurs de projets quant à l'issue touristique du thème qu'ils conduisent, mais aussi, à la qualité et à l'engagement des opérateurs touristiques qui interviendront pour en faire une réalité économique dans un cadre de développement durable.



CHARTRE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 2

Politique Qualité et Engagements du Territoire candidat

Contributeurs : Christine Stéfanini, Philippe Calamel, GEC ODYSSEA

« L'application du modèle ODYSSEA en territoire ne consiste pas à réinventer des démarches de qualité qui marchent mais bien d'amener de la valeur ajoutée à l'existant. »

ODYSSEA est une marque de qualité territoriale déposée à l'INPI. Elle vient renforcer les marques de qualité des Pays, Régions, en amenant une valeur ajoutée concernant la mise en réseau à échelle européenne, de thématiques culturelles transnationales et transfrontalières, en s'appuyant sur une référence internationale avec le label du Conseil de l'Europe, sur des services et des outils qualifiés, des innovations - TIC et de nouveaux concepts d'accueil, une meilleure lisibilité internationale, des échanges d'expérience, de bonne pratique, et des financements de coopération.

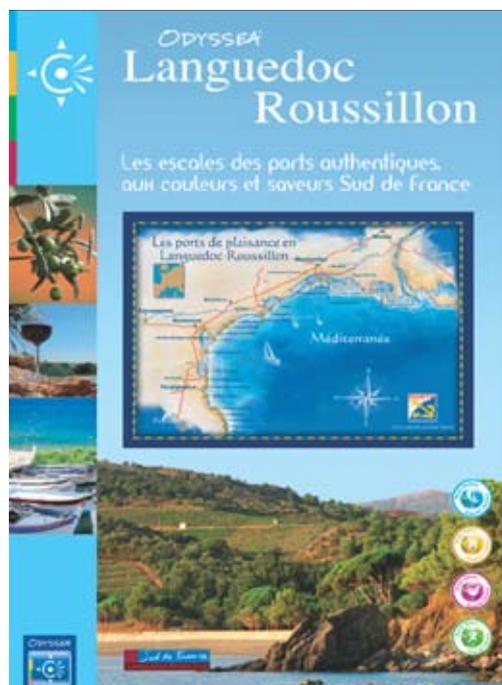
Les actions déjà engagées dans le cadre d'ODYSSEA contribuent, dans la perspective d'une meilleure répartition des habitants et des activités sur les territoires, à créer un équilibre entre développement économique et environnement, à encourager un allongement de la saison touristique. C'est un moyen concret de promotion d'un tourisme responsable et de qualité. ODYSSEA s'attache à développer des systèmes d'innovation par le développement de projets exemplaires dans les activités économiques ainsi que dans les modes d'organisation et de gouvernance.

Le secteur du tourisme est aujourd'hui confronté à une importante concurrence internationale et aux attentes de plus en plus exigeantes du touriste-consommateur qui a besoin d'être rassuré sur le contenu des prestations qu'il achète. Pour rester attractifs et compétitifs, les acteurs touristiques doivent se différencier de leurs concurrents. Dans ce contexte, la qualité des prestations touristiques est l'élément indispensable et essentiel pour satisfaire le touriste et le fidéliser.

C'est pourquoi les partenaires du réseau ODYSSEA ont décidé dans le modèle « Label France Tourisme » et les marques de qualité régionales (ex : Sud de France pour la région Languedoc-Roussillon ou Corsica Made), de s'engager dans le tourisme de qualité en sensibilisant, mobilisant, formant les acteurs des collectivités locales, les prestataires, afin qu'ils s'engagent à garantir la satisfaction de leur clientèle.

La définition et l'application du modèle QUALITÉ ODYSSEA sont structurées selon un référentiel de gestion commune issu d'un benchmark Qualité prenant notamment en compte :

- les démarches de Qualité des marques européennes nationales et régionales,
- l'Agenda 21 et les objectifs du traité de Lisbonne,



- les valeurs et l'éthique de l'UNESCO, de l'OMT, du Conseil de l'Europe . . . ,
- les bonnes pratiques des réseaux NECSTOUR, Atout France, des démarches exemplaires comme Ports Propres, d'éducation à l'environnement (Plan bleu, EcoGeste, des Parcs naturels régionaux . . .).

Le « label » patrimonial et culturel en devenir : « Ville - Escale Patrimoine Phare . . . » – « Village - Étape Patrimoine Phare... » se propose de reconnaître les destinations qui respectent la charte de qualité ODYSSEA. Une méthode qui structure ainsi l'itinéraire culturel (label Conseil de l'Europe) dans une démarche d'excellence, éthique, homogène, et lisible pour le voyageur et les populations locales.



LA CHARTE DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE ODYSSEA

Contributeurs : Christine Stéfanini, Philippe Calamel, Judicaël Chasseuil – GEC ODYSSEA

PRINCIPES ET OBJECTIFS

ODYSSEA, UN RÉSEAU CONSTRUIT SUR DES VALEURS ET UNE ÉTHIQUE

L'éthique des voyages et d'un nouveau tourisme participatif

ODYSSEA inscrit son itinéraire dans les territoires avec des communes engagées de façon formelle par délibération avec la ville-port sur des valeurs de solidarité et de citoyenneté, partage - hospitalité - respect des cultures, identités, lieux, traditions et cultures contemporaines, tourisme responsable, prise en compte des publics enfants, économie solidaire...

L'itinéraire de la mer, des fleuves, des rivières, des canaux...

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 . . . ODYSSEA donne les clés de cette histoire et signale au fil de l'eau les points d'intérêt de votre navigation.

L'itinéraire de la mer raconte au fil des balises numériques, des points GPS et des bouées ODYSSEA : Les îles, les caps, les mouillages, les légendes, les naufrages, les phares, la faune sous marine, les amers, les paysages remarquables...et inscrit la ville-port au sein d'un grand itinéraire européen dont les histoires trouvent écho dans chacune des destinations ODYSSEA.

Le port

ODYSSEA inscrit le port, de terre ou de mer, au cœur de son projet. C'est le point d'ancrage, d'attractivité et de convergence des vacanciers, des plaisanciers et des habitants. C'est l'épicentre à partir duquel on peut rayonner et partir à la découverte d'un territoire.

La création de la Charte ODYSSEA des ports de plaisance vise à définir les bonnes pratiques en termes d'aménagements et de développement des ports, d'accueil et d'organisation exemplaire du tourisme nautique, culturel, ainsi que de la gestion des besoins de formation et de qualification.

La Charte permet de travailler à l'organisation d'un accueil original de qualité portant sur la promotion des escales, du cabotage, de la valorisation de la mer et de l'avant-pays, en utilisant les nouvelles technologies innovantes adaptées aux différents publics.

Pour ce faire, le référentiel de la Charte prend appui sur les quatre piliers du développement durable :

- L'environnement au sens écologique et urbanistique – management environnemental global et démarche des ports propres, relations avec l'hinterland, montée en gamme des services et des commerces sur le port.
- Le développement économique, notamment la valorisation économique de toute la filière nautique par la structuration de la plaisance et la mise en place de synergies avec les entreprises.
- Le volet social comprenant la responsabilité sociale des entreprises et l'emploi-formation.
- Le volet culturel et identitaire, avec un travail sur les imaginaires touristiques liés aux villes-ports et à leurs hinterlands, à la Méditerranée, aux routes maritimes et la mise en réseau des Chemins maritimes de l'Histoire des destinations portuaires.

La gouvernance du projet de valorisation des ports de plaisance sera abordée de façon transversale au travers du référentiel ODYSSEA. Afin de rendre la charte applicable, sur l'ensemble des volets évoqués, il est important d'inciter les futurs signataires à définir un mode d'organisation et de coopération stratégique et opérationnel qui intégrera à la fois les autorités gestionnaires du port et les collectivités responsables.

Le Comptoir Culturel Maritime

Parce que l'imaginaire a droit de cité dans une ville-port, ODYSSEA a choisi la capitainerie comme lieu d'expression de son histoire maritime. En devenant un véritable Comptoir Culturel Maritime, la capitainerie met en scène la destination dans sa dimension historique, culturelle, à travers des expositions artistiques, des projections d'images, du Land'Art...et facilite également la compréhension des offres et services du territoire. Elle offre aux plaisanciers les moyens de profiter au mieux de la destination.

Les 4 thématiques d'escales

ODYSSEA a choisi de décliner l'offre touristique en quatre grandes thématiques d'escales pour en faciliter la lisibilité dans toutes ses destinations. Le travail réalisé s'appuie sur la mémoire collective des populations et des associations locales avec le concours d'experts scientifiques. Il permet de faire émerger l'identité de chaque ville-port autour d'une thématique forte et affirmée.



Escale
Nautique



Escale
Nature



Escale
Culture



Escale
Saveurs

La mer, escale nautique

La mer, les fleuves, les rivières, les canaux de navigation... l'eau dans toutes ses composantes, occupent une place stratégique dans le concept ODYSSEA.

ODYSSEA a l'ambition de rendre accessibles la mer et l'espace maritime.

ODYSSEA donne les clefs à tous pour se réapproprier cet espace de découverte dans toutes ses déclinaisons : les plages, les criques, les lieux de baignade, les promenades en mer, les spots de plongée, les activités nautiques, les sports d'eaux vives...

L'écotourisme de la mer

Parce que la mer, les fleuves, les canaux, sont les biens communs à tous, 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...

La culture et le patrimoine

ODYSSEA s'appuie sur le patrimoine pour donner du sens à l'itinéraire de découverte de la ville-port. C'est à travers celui-ci que se lit l'histoire du pays traversé. Petit ou grand, il témoigne à sa manière de la vie du territoire. Le raconter fait émerger du fond des mémoires des pans oubliés de l'histoire locale, des personnages clefs qui mettent en lumière les liens tissés entre les destinations, se font écho d'une vallée à l'autre et renvoient à une appartenance plus large, à une histoire commune au sein de l'espace européen.

Les langues et la culture régionales

ODYSSEA imagine une autre forme de découverte dans laquelle les langues et la culture régionales ont toute leur place parce qu'ils sont les révélateurs de l'âme d'une destination. ODYSSEA utilise les mots et expressions de la langue régionale pour donner la saveur des lieux et faire mieux comprendre l'histoire et les spécificités de chacun des territoires traversés.

Les paysages

ODYSSEA s'appuie sur les paysages pour raconter les évolutions d'un territoire, parce qu'ils sont au cœur du projet et concrétisent l'histoire des hommes et des lieux traversés. Ils matérialisent l'évolution des pratiques ancestrales, le travail des populations locales, l'économie d'une destination...

L'environnement

ODYSSEA privilégie la qualité environnementale des zones côtières et des ports de plaisance. Pour cela, il encourage les villes-ports à adopter des solutions exemplaires en matière de développement durable dans le modèle « Ports Propres » et à se doter d'équipements éco-compatibles dans le respect des engagements du Grenelle de l'Environnement et de la Convention de Berne : éco-gare, mouillages organisés...

L'Art de vivre

ODYSSEA a la volonté de transmettre les connaissances et les savoir-faire locaux. Il facilite la rencontre entre habitants et voyageurs pour donner sens et humanité à chacune de ses destinations.

Les fêtes

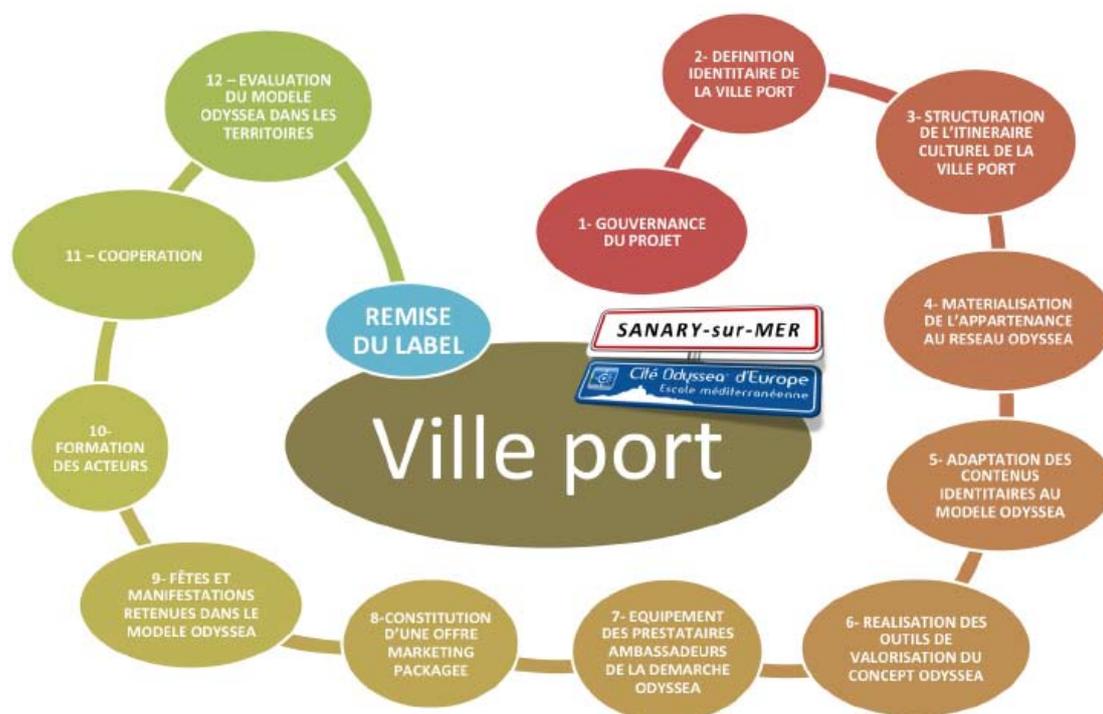
Les fêtes dans ODYSSEA sont les éléments qui renforcent l'identité de la ville-port. Elles témoignent de la culture et des traditions locales, de sa vocation internationale parfois. Elles peuvent déterminer le choix d'une destination.

L'itinéraire culturel à 1 heure

La ville-port au sens premier, est intimement liée au territoire qui l'entoure, comme la définissaient déjà les Grecs dans l'antiquité. ODYSSEA a choisi de revenir à ces fondamentaux, et d'associer à chaque port, l'ensemble de la destination à 1 heure de voiture, donnant ainsi l'opportunité et les moyens, par des solutions technologiques innovantes, aux villes et villages de l'hinterland d'une plus grande lisibilité. L'ensemble des points d'attractivité de ce territoire élargi constitue l'itinéraire culturel de la ville-port et accrédite son histoire commune.

Les TIC et innovations numériques

ODYSSEA utilise les technologies de l'information et la communication au service de la compréhension des territoires. Il met à disposition du plus grand nombre via la numérisation des contenus culturels, à travers une déclinaison d'outils innovants, la mémoire et l'histoire des lieux. Il facilite également l'accès aux offres et services classiques de découverte de chacune des destinations.



L'Atlas des destinations

Pour faciliter la découverte et la mise en réseau des régions partenaires au sein des bassins de navigation, ODYSSEA a développé un portail en web 2.0 où toutes les villes-ports sont accessibles d'un seul clic, au sein d'un environnement numérique unique : www.atlas-odyssea.eu

LES ENGAGEMENTS QUALITÉ DANS LE MODÈLE ODYSSEA

« Ces engagements ont été conçus en fonction des attentes des clients. En ce sens, ils sont évolutifs et doivent s'adapter aux changements de comportement de la clientèle touristique. En signant la Charte ODYSSEA, le territoire ou le professionnel s'engage à participer aux formations et à respecter tous les engagements figurant sur la Charte et à poursuivre la démarche qualité de sa région, son pays... Dans les programmes opérationnels ODYSSEA, il s'agit, tout en accompagnant les projets intégrés, facteurs de compétitivité, de développement économique, de cohésion territoriale, de favoriser un sentiment de partage d'une histoire commune, de consolider l'image de la Destination Europe et l'ensemble de ses grandes destinations méditerranéennes et atlantiques... »

LES 12 ÉTAPES DE MISE EN ŒUVRE OPÉRATIONNELLE DU MODÈLE ODYSSEA

L'adhésion au GEC ODYSSEA initie la structuration du territoire selon les valeurs et les exigences du modèle ODYSSEA. Cette structuration va passer par différentes étapes de mise en œuvre.

ÉTAPE 1 – GOUVERNANCE DU PROJET

La ville-port s'engage dans le modèle ODYSSEA en accord avec la politique locale et régionale de son territoire. Elle met en place les structures qui vont permettre à tous les partenaires d'intégrer la démarche et les outils de recherche et d'analyse interdisciplinaire tant théoriques que pratiques : comités de direction, comité technique, comité d'experts, méthodes d'évaluation...

1) Délibération et adhésion de la ville-port au GEC ODYSSEA au titre d'Escale Patrimoine Phare de l'itinéraire Culturel ODYSSEA, label et éthique du Conseil de l'Europe.

1 bis) Mission AMO GEC ODYSSEA avec pour objectifs : l'écriture du projet du territoire dans le respect du modèle et la recherche de cofinancements pour réaliser le projet.



Livrables

Inscription numérique de la ville-port sur l'Atlas ODYSSEA au titre « Patrimoine Phare de la Méditerranée ».

L'Atlas ODYSSEA : Pour faciliter la découverte et la mise en réseau des régions partenaires au sein des bassins de navigation, ODYSSEA a développé un portail en web 2.0 fédérateur, où toutes les villes-ports sont accessibles d'un seul clic, au sein d'un environnement numérique unique : www.atlas-odyssea.eu. Il a pour objectif de rendre lisibles l'identité et l'offre culturelle de chaque ville-port ODYSSEA grâce à de grands thèmes européens liés à la mémoire, l'histoire et au patrimoine à travers « l'itinéraire culturel ODYSSEA Mer & Terre » dans le respect du label du Conseil de l'Europe.

Il permet de réunir, sur une plateforme commune, de manière logique et ergonomique, des connaissances et informations dispersées, de les rendre accessibles, et de favoriser l'appropriation de l'espace maritime et fluvial par les populations locales.

Le pictogramme de la ville-port : Il donne accès à un descriptif de présentation du port dans sa dimension historique et culturelle. Il permet d'accéder aux informations générales de la commune. Si le port situé sur la commune est lui aussi adhérent au GEC ODYSSEA, la lisibilité de l'offre est renforcée.

ÉTAPE 2 – DÉFINITION IDENTITAIRE DE LA VILLE-PORT

Phase de définition de la thématique identitaire de la ville-port ODYSSEA et des points d'intérêt, des espaces et des sites patrimoniaux reconnus ou plus confidentiels de son territoire de projet qu'il s'agit de valoriser, de scénariser, de raconter et de rendre interactifs. Inventaire des 4 thématiques d'escales : Culture & Patrimoine, Nautique, Saveurs, Nature, et des caractéristiques identitaires portant sur le patrimoine matériel et immatériel, les paysages culturels, les savoir-faire, l'histoire et la culture locale.

Mise en place de l'équipe projet et du comité d'experts.

Livrables

Affichage de la thématique identitaire de l'itinéraire culturel de la ville-port sur l'ATLAS ODYSSEA, rédaction des fiches de la base de données numérique, renseignement des fiches numériques d'administration pour la valorisation et la mise en ligne sur le portail ODYSSEA web 2.0, le site web du territoire et les sites web existants des partenaires.



Présentation à la population du projet et des thématiques culturelles et économiques de la destination, sous forme de plateau TV, en impliquant les associations locales et acteurs professionnels dans la mise en scène de l'itinéraire culturel et du projet de développement durable.

Présentation officielle de la thématique identitaire retenue, l'itinéraire culturel du territoire en images au fil des escales à voir absolument, interview des acteurs locaux sur leur contribution à l'itinéraire en matière de patrimoine, environnement, savoir-faire, paysages, culture et langues régionales. . . , l'engagement des communes partenaires et des prestataires, la plus-value économique espérée via les nouveaux outils de communication et de promotion à réaliser.

Livrables

Visuel sous forme de bâche/Totem « NOM DE LA VILLE-PORT s'engage dans le projet ODYSSEA » qui définit les 4 thématiques d'escales par la rédaction d'un texte de présentation de chacune des thématiques en relation avec l'offre spécifique de la commune.

ÉTAPE 3 – STRUCTURATION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL DE LA VILLE-PORT

Phase structuration de l'itinéraire culturel Mer & Terre ODYSSEA : Développement dans un objectif de valorisation, d'accessibilité, de scénarisation et d'interactivité, des 4 thématiques d'escales et étapes, des caractéristiques identitaires portant sur le patrimoine matériel et immatériel, les paysages culturels, les savoir-faire, l'histoire et la culture locale dans leur signification historique, des histoires et des activités « à voir/à faire absolument » afin de mettre en évidence leurs correspondances dans différents territoires européens. Recensement des sites inscrits au titre des Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe. Sélection des sites de la thématique identitaire de la destination.

Rendre lisibles l'identité et l'offre culturelle de chaque ville-port ODYSSEA à travers l'itinéraire culturel ODYSSEA Mer & Terre.

LE CLASSEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Les 4 thématiques d'escales

ODYSSEA a choisi de décliner l'offre touristique en quatre grandes thématiques d'escales pour en faciliter la lisibilité dans toutes ses destinations. Le travail réalisé s'appuie sur la mémoire collective des populations et des associations locales avec le concours d'experts scientifiques. Il permet de faire émerger l'identité de chaque ville-port et favoriser la compréhension de l'histoire autour d'une thématique forte et affirmée.

Classement de l'offre par niveau d'adéquation avec la thématique identitaire de la destination

- Site retenu dans l'expression de la thématique identitaire de l'itinéraire culturel ODYSSEA
- Site labellisé d'un itinéraire culturel du Conseil de l'Europe
- Itinéraire Culturel ODYSSEA (Escala à voir absolument des 4 thématiques de la destination, Escales thématiques identitaires, Escales des itinéraires du COE)

LA DÉCLINAISON PAR THÉMATIQUES

Escale Nature

ODYSSEA s'appuie sur les paysages remarquables et les grands espaces naturels pour raconter les évolutions d'un territoire, parce qu'ils sont au cœur du projet et concrétisent l'histoire des hommes et des lieux traversés. Ils matérialisent l'évolution des pratiques ancestrales, le travail des populations locales, l'économie d'une destination. . .

Parcs Naturels	Jardins
Grands espaces / espaces naturels	Sentiers de randonnée
Grands sites	Flore
Paysages remarquables	Faune
Forêts	Parcours d'interprétation



Escale Culture

ODYSSEA s'appuie sur le patrimoine pour donner du sens à l'itinéraire de découverte de la ville-port. C'est à travers celui-ci que se lit l'histoire du pays traversé.

Musées	Expositions
Ecomusées	Personnages célèbres
Monuments	Contes et légendes
Quartiers historiques	Village pittoresque
Sites touristiques	Petit patrimoine



Escale Saveurs et Savoir-faire

ODYSSEA a la volonté de transmettre les connaissances et les savoir-faire locaux. Il facilite la rencontre entre habitants et voyageurs pour donner sens et humanité à chacune de ses destinations.

Les pôles saveur
 Les producteurs et artisans
 Les caves et vigneron
 Les Halles et marchés



Escale Nautique

ODYSSEA a l'ambition de rendre accessibles la mer et l'espace maritime et de donner du sens à cette histoire maritime des littoraux.

ODYSSEA donne les clefs à tous pour se réapproprier cet espace de découverte dans toutes ses déclinaisons : les plages, les criques, les lieux de baignade, les promenades en mer, les spots de plongée, le patrimoine maritime, les bateaux d'exception. . .

Légendes et personnages	Les chantiers navals	Les îles	Mouillages organisés
Bateaux patrimoniaux	Le petit patrimoine mer, fleuve, canal	Les amers	Les spots de plongée
Les ports, haltes nautiques	Paysages remarquables	Les phares	La faune et la flore
La pêche	Voies historiques navigables	Les parcs marins	Les sentiers sous-marins
Les petits métiers		Plages et criques, baignade	



L'itinéraire Mer ODYSSEA : matérialise le concept ODYSSEA « Arriver par la mer, caboter autour du port ».

Depuis l'antiquité, la ville-port 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... ODYSSEA donne les clefs de cette histoire et signale au fil de l'eau les points d'intérêt de votre navigation.

L'itinéraire de la mer raconte au fil des balises numériques, des points GPS et des bouées ODYSSEA : les îles, les caps, les mouillages, les légendes, les naufrages, les phares, la faune sous-marine, les amers, les parcs marins, les paysages remarquables, le port... et inscrit la ville-port au sein d'un grand itinéraire européen dont les histoires trouvent écho dans chacune des destinations ODYSSEA. Il favorise avec ses interconnexions au sein de l'espace maritime et fluvial européen, la prise de conscience d'une identité européenne portée par des valeurs et des cultures communes.



L'itinéraire Culturel ODYSSEA : il intègre l'ensemble des escales/étapes décliné selon les 4 thématiques, les sites représentatifs de la thématique retenue (pictogramme itinéraire culturel ODYSSEA), les sites des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe (pictogramme de l'itinéraire concerné : les chemins de St Jacques, la route de l'Olivier...).

Itinéraires périméditerranéens déjà labellisés par le Conseil de l'Europe partenaires du GEC ODYSSEA :

- Les Routes de l'Olivier
- La Route des Phéniciens
- L'Héritage Al-Andalus
- La Route des Sépharades
- L'itinéraire des Parcs et Jardins, Paysage...
- Iter Vitis

Itinéraires à intégrer dans un second temps :

- La Via Egnatia
- Les Routes d'Alexandre le Grand
- Les Lyciens
- Vikings et Normands, patrimoine européen
- L'itinéraire du Patrimoine des Migrations
- L'itinéraire du Patrimoine juif



La ville-port est autant liée à l'espace maritime avec lequel elle communique qu'avec le territoire terrestre qu'elle irrigue et dont elle dépend. ODYSSEA a choisi de revenir à ces fondamentaux, et d'associer à chaque port, l'ensemble de la destination à 1 heure de voiture, donnant ainsi l'opportunité et les moyens, par des solutions technologiques innovantes, aux villes et villages de l'hinterland de promouvoir leurs points d'attractivité sur une plateforme commune.

LES SITES LABELLISÉS DES ITINÉRAIRES CULTURELS DU CONSEIL DE L'EUROPE

Ils sont accessibles via le pictogramme du Conseil de l'Europe. Sur l'Atlas, ils sont représentés par le pictogramme propre à chaque itinéraire. Le nom de l'itinéraire figure en haut de chacune des fiches à côté du nom du site. Ils sont géo-positionnés. En fonction des accords et conventions signés avec la structure porteuse de l'itinéraire sur le partage et l'utilisation des informations, la fiche permet de présenter tout ou partie de l'ensemble des contenus et/ou de renvoyer sur le site web de l'itinéraire culturel.



Exemple l'itinéraire culturel d'Agde, Cité grecque

- A voir absolument : le musée, la cathédrale St-Etienne, les étangs du Bagnas, le sentier sous-marin, l'île de Brescou...
- Sites des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe : ND de l'Agenouillade, sur le chemin secondaire de St Jacques de Compostelle...
- Sites témoins de la thématique retenue : les berges de l'Hérault, la halte nautique de St Thibery, Embonne, les quais antiques d'Agde...

MISE EN ŒUVRE

La ville-port travaille avec l'Office de Tourisme et la Capitainerie en association avec le Comité local et le Comité d'experts pour sélectionner ses escales. Les contenus de l'itinéraire Culturel sont approuvés par le Comité d'experts et validés par l'Office de Tourisme avant mise en ligne.

La ville-port conventionne grâce à l'accord cadre du GEC ODYSSEA avec les Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe dont les sites sont inscrits sur le territoire. Ils fournissent et valident avant mise en ligne les éléments textuels, les visuels à valoriser dans l'itinéraire culturel de la ville-port.

GOVERNANCE AVEC LES COMMUNES ET SITES PARTENAIRES

La commune qui souhaite intégrer le modèle ODYSSEA doit nécessairement être en lien avec une ville-port adhérente au GEC ODYSSEA.

- La commune conventionne avec la ville-port : elle affiche ses escales incontournables sur l'itinéraire Culturel de la ville-port via l'Atlas ODYSSEA et ODYSSEA MAP.
- Soit la commune délègue à l'Office de Tourisme de la ville-port le soin de rédiger les contenus, géo-positionner les éléments... soit elle missionne son propre Office de Tourisme pour la mise en œuvre de cette action.
- Les contenus des escales / étapes de l'itinéraire Culturel local sont approuvés par le Comité d'experts de la ville port et validés par la commune avant leur mise en ligne (OT/Mairie...). Celle-ci peut souhaiter afficher ses escales « à voir absolument » sur les itinéraires de plusieurs villes-port. Pour cela, elle conventionne avec chacune des villes-ports adhérentes au GEC ODYSSEA.
- Pour intégrer l'itinéraire Culturel de la ville - port, le niveau financier d'engagement de la commune partenaire est constant ; il prend en compte la rédaction des contenus, le géo-positionnement des escales à voir absolument (convention OT avec prestation de services), la réalisation des visites virtuelles, la mise en place du concept « Les paysages qui parlent ».



La commune adhère au GEC ODYSSEA : Elle est obligatoirement liée avec une ville-port partenaire, elle affiche les escales incontournables de son territoire sur les outils ODYSSEA, elle émet son propre itinéraire culturel (géo-positionnement de toutes les escales/ étapes de la commune).

Un site touristique, un vigneron... qui veut intégrer l'itinéraire Culturel ODYSSEA est nécessairement lié à une ville-port adhérente au GEC ODYSSEA, il conventionne avec celle-ci via l'Office de Tourisme ou la Commune, ce qui permet de définir son engagement et les moyens de diffusion dont il pourra bénéficier. Comme pour la commune partenaire, il est propriétaire des contenus et les valide avant leur mise en ligne (après accord du Comité d'experts de la ville-port). Pour développer sa propre ODYSSEA Map, il doit adhérer directement au GEC ODYSSEA.

Livrables

Géo-positionnement des escales et étapes sur ODYSSEA MAP, et création d'e-frame sur le site internet de la ville, du territoire candidat... Communication et restitution du travail du comité local de pilotage, des avancées du programme, des thèmes retenus... dans le journal communal, la presse locale, le site web du territoire...

Sur l'Atlas ODYSSEA : Itinéraire de la Mer, Itinéraire côté Terre, les sites labellisés des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe.

Sur ODYSSEA MAP : Les escales et étapes ODYSSEA, les sports et activités référencées, la carte du port.

ÉTAPE 4 – MATÉRIALISATION DE L'APPARTENANCE AU RÉSEAU ODYSSEA

Lancement du projet « la première pierre » avec pour ambition d'impliquer activement les populations locales, les acteurs et partenaires du projet, la presse et les médias audiovisuels traditionnels ou électroniques et les sensibiliser aux objectifs et enjeux culturels et de développement territorial durable des projets. Cette étape tend à favoriser le dialogue entre culture urbaine et culture rurale, et entre les différents territoires d'Europe avec un même niveau de diffusion des ressources culturelles urbaines et rurales via les outils NTIC (Atlas, Map, Web 2.0...)



Livrables

Panneau d'entrée de ville dévoilé par le maire.

Mise en place d'un totem « intelligent » ODYSSEA avec flashcode intégré (renvoi sur les pages web 2.0) pour présenter l'itinéraire de la Mer, l'itinéraire côté Terre au travers des escales et étapes à voir absolument. . .

Installation des drapeaux et bannières : Comptoir Culturel Maritime, Comptoir Culturel d'Information ODYSSEA.

Demande de subventions et délibérations pour autoriser le maire à réaliser les opérations et déposer des demandes de cofinancement.

ETAPE 5 – ADAPTATION DES CONTENUS IDENTITAIRES AU MODÈLE ODYSSEA

Phase de réalisation de la base de données complète de la ville port.

Livrables

Numérisation des contenus: les Points d'intérêt des 4 thématiques d'escales, les patrimoines, paysages, savoir-faire, offres et services pour en faciliter la lisibilité dans toutes ses destinations. Le travail réalisé s'appuie sur la mémoire collective des populations et des associations locales avec le concours d'experts scientifiques. Il permet de faire émerger l'identité de chaque ville-port et favoriser la compréhension de l'histoire autour d'une thématique forte et affirmée. Réalisation de photos, vidéos, 360°, commentaires audio, images en 3D..

Le traitement spécifique des paysages dans le modèle ODYSSEA et le concept des « PAYSAGES QUI PARLENT »



ETAPE 6 – RÉALISATION DES OUTILS DE VALORISATION DU CONCEPT ODYSSEA

Réalisation des outils de valorisation selon la charte graphique ODYSSEA. Contrepartie environnementale/éducation à l'environnement: actions transversales et obligatoires pour tous les livrables.

LES MOBILIERS

6.1) Équipements Offices de Tourisme (cf OT du futur voir fiche détaillée)

6.2) Équipements Capitainerie (idem voir fiche détaillée Comptoir Culturel Maritime et équipements structurants éco-compatibles des ports)

6.3) Équipements des Paysages Culturels (bouées, balises, mobilier de lecture et d'interprétation : Le LandVision ODYSSEA)

6.4) Land art : Exposition sous forme de panneaux photos géants et intelligents (flascode) ou fresques, pour valoriser de manière artistique le circuit de découverte de l'itinéraire culturel de la ville-port et son territoire (implantation : Office de Tourisme, quais de la Capitainerie ou lieu public) et encourager des projets et des activités artistiques qui explorent les liens entre le patrimoine et la culture contemporaine.

6.5) Borne extérieure devant OT pour la promotion des escales de la ville-port et de son territoire.

6.6) Eco-gare : Totem de signalisation de mise à disposition des moyens de mobilité douce et de connexion des différents lieux de l'itinéraire (dans la commune et à 1 heure de voiture)



LES SUPPORTS NTIC

6.7) Application m-mobile et insertion des itinéraires de la ville port et son territoire sur GPS

6.8) Ordinateur tactile, iPad... avec PLV explicative et interface adaptée à l'Office de Tourisme et la Capitainerie (accueil du port de plaisance).

6.9) Pages web 2.0 des thématiques, des lieux d'intérêt, des services, des offres... avec cartographie interactive ODYSSEA, e-frame sur site internet de l'Office de Tourisme, de la Capitainerie et des partenaires associés (Institutions départementales, régionales du Tourisme, Agences de voyages, hébergeurs...)

6.10) Valorisation des savoir-faire locaux au travers d'un nouveau concept : les vins qui parlent et les artisans vous racontent.

6.11) Équipement TIC des lieux de visites : Musées, Ecomusées, Sites touristiques, Châteaux, Monuments, Paysages remarquables...



LES OUTILS DE COMMUNICATION DE LA DÉMARCHE ODYSSEA

6.12) Réalisation du livre collection ODYSSEA de la ville-port et son territoire, une édition de qualité, avec « dos carré collé » remise en petit nombre aux porteurs du projet ODYSSEA, témoignage et restitution du travail réalisé pour la définition identitaire et thématique, la valorisation touristique et culturelle de la destination dans le modèle ODYSSEA.

6.13) Edition d'un Guide de découverte des escales thématiques et des acteurs économiques concernés.

6.14) Création du Pass'port numérique (carte à puce) par la recherche de partenariats actifs public/ privé et de mise en réseau des acteurs dans le domaine du tourisme afin de développer des produits et des offres touristiques visant tous les publics potentiels d'un territoire.

ÉTAPE 7 – ÉQUIPEMENT DES PRESTATAIRES AMBASSADEURS DE LA DÉMARCHE ODYSSEA

Équipement des relais d'information et de distribution des offres et services ODYSSEA chez les professionnels engagés et formés comme « escales recommandées ODYSSEA ». Lieux de promotion et d'information sur les offres et services par saison.

L'enjeu de cette étape clef dans la mise en œuvre du programme ODYSSEA, est de contribuer, par des formations appropriées, à sensibiliser les décideurs, les acteurs de terrain et les publics à la notion complexe de patrimoine, à l'exigence de sa protection, de son interprétation et de sa communication dans un cadre de développement durable et aux enjeux qu'elle représente pour l'avenir européen.

Livrables

Formations des acteurs locaux et mise en place d'équipements dédiés : panneau chez le prestataire, formation, guide web2.0, e-frame sur leur site web, équipement TIC d'information : ordinateur tactile, ou écran TV, iPad (PLV des équipements incluse)...



ÉTAPE 8 – CONSTITUTION D'UNE OFFRE MARKETING PACKAGÉE ET DISTRIBUÉE

Conception de produits touristiques packagés par saison et mise en place de solutions de distribution/commercialisation adaptées au territoire et aux porteurs du projet.

8.1) Création d'une offre adaptée aux enfants et au jeune public afin de susciter des échanges en profondeur visant le développement de la notion de citoyenneté européenne, enrichie de ses diversités ; développement d'accueil jeune public sur les escales ODYSSEA, mise en place d'un kit à destination des scolaires pour l'appropriation de l'histoire locale en perspective de l'itinéraire culturel Mer

& Terre ODYSSEA, chasse aux trésors géolocalisée (geoquests), activités pédagogiques d'éducation et de loisirs, spectacles jeune public... .

8.2) Création des offres autour des animations et évènementiels, des produits culturels (itinéraires culturels, visites audioguidées, visites théâtralisées...), des métiers d'art, des savoir-faire, en lien avec les hébergeurs, les prestataires de loisirs, les agences de voyage agréées...

Les outils de promotion : le web 2.0, le pass'port numérique ODYSSEA, la Newsletter des offres, le Guide édité du Pass'Port, le kit pédagogique Enfant...

ÉTAPE 9 – FÊTES ET MANIFESTATIONS RETENUES DANS LE MODÈLE ODYSSEA

Les fêtes et évènementiels : les fêtes dans ODYSSEA sont les éléments qui renforcent l'identité de la ville-port. Elles témoignent de la culture et des traditions locales, de sa vocation internationale parfois. Elles peuvent déterminer le choix d'une destination.

9.1) Journée du patrimoine : itinéraire culturel Mer et Terre animé et raconté

9.2) Journée de la mer : les escales ODYSSEA de l'itinéraire culturel maritime en fête

9.3) Escales ODYSSEA en scène : plateau TV / radio de présentation et valorisation des lieux, itinéraires, personnages, histoire de la destination, rencontres d'artistes, spectacles, expositions et Land'art, théâtre...



ÉTAPE 10 – FORMATION DES ACTEURS

Le dispositif ODYSSEA, comme « nouveau concept territorial de développement économique, culturel et identitaire » s'appuie sur la volonté des acteurs à s'approprier un nouveau territoire de projet. Sur le plan des ressources humaines, la mise en place du programme ODYSSEA demandera des nouveautés et/ou des changements de pratique dans les postes de travail, des nouvelles missions et la création de nouveaux métiers (cf Bosco). De nouvelles fiches de poste seront créées et les compétences des salariés seront développées dans ce sens.



Formation/développement : Pass'port numérique de formation des acteurs engagés. Intégration de la dimension européenne dans le volet formation ODYSSEA avec des offres d'échanges, notamment pour les jeunes venant de milieux sociaux et de territoires européens différents, entre les acteurs des villes-ports et des destinations ODYSSEA : chantiers de jeunes pour la restauration ou la sauvegarde des patrimoines, paysages et savoir-faire des destinations ODYSSEA...

ODYSSEA s'appuie sur les méthodes d'e-learning pour une partie de ses modules de formations offrant ainsi aux apprenants un parcours d'apprentissage personnalisé, au travers des notions suivantes :

- Formation à la demande (de n'importe où, à n'importe quel moment, autant de fois que l'on veut)
- Suivi personnalisé (tuteur, tests postérieurs à la formation, programmes de mise à jour des connaissances, etc.)
- Accès à de nombreuses ressources connexes
- Possibilité d'échange avec les autres apprenants sur une grande échelle à l'aide de forums, RDV visioconférences et de messagerie instantanée
- Possibilité de tenir une dizaine de formations le même jour dans le monde entier
- Automatisation de l'administration
- Enrichissement dynamique du contenu
- Richesse des contenus et des tests
- Evaluation précise et récurrente
- Traçabilité et rapports d'activité

ÉTAPE 11 – COOPÉRATION

11.1) Programmes de jumelages transnationaux dans le cadre de la mise en réseau exemplaire des Territoires/Destinations ODYSSEA le long de l'itinéraire culturel. Mise en place d'actions pilotes avec un nombre limité de pays participants pour se donner les moyens d'une véritable évaluation et proposer des prototypes d'expérimentation susceptibles de devenir des modèles de référence.

11.2) Participation à des rencontres transnationales, des ateliers de formation, des séminaires... dans le cadre des projets de coopération.

11.3) Coopération culturelle et résidence d'artistes dans les communes ODYSSEA permettant de susciter une confrontation et un échange, dans une perspective pluridisciplinaire et interculturelle, entre les expressions et sensibilités culturelles et artistiques des différents pays d'Europe adhérents au GEC ODYSSEA.

11.4) Participation au concours européen ODYSSEA : Escales patrimoine phare de l'itinéraire culturel.

ÉTAPE 12 – ÉVALUATION DU MODÈLE ODYSSEA DANS LES TERRITOIRES

Plateforme d'analyse et de suivi des impacts, mise en place des outils d'évaluation des actions du réseau ODYSSEA « Equalto, Evalto, Netjac » : évaluation des actions du réseau ODYSSEA : critères de développement durable. (Cf. NECSTOUR et la Cité Européenne du Tourisme et du Développement Durable).

Remise du label

Inauguration et remise du « label » Escale patrimoine Phare de l'itinéraire culturel ODYSSEA attribué à la destination pour 5 ans. Mobilisation des représentants locaux et nationaux des institutions européennes et méditerranéennes (Maisons de l'Europe...)

LES ENGAGEMENTS EN MATIÈRE DE CULTURE & PATRIMOINE

Contributeurs : Philippe Calamel, Christine Stéfanini, GEC ODYSSEA - Michel Thomas-Penette, Directeur IEC

VALORISATION NUMÉRIQUE DES PATRIMOINES ET VALEURS CULTURELLES

Valeurs culturelles

Les labels qui récompensent des lieux chargés d'histoire et de mémoire, de traditions vivantes et de savoir-faire en font de toute évidence des destinations touristiques privilégiées. Au même titre que le Label du Patrimoine Mondial, que le nouveau Label du Patrimoine Européen, que le Prix Europa Nostra ou encore les Labels de l'œnotourisme qui se développent dans les principaux pays producteurs de vin, l'attribution de la mention « Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe » repose sur des critères de qualité. Démocratie du management, rigueur de la gestion des projets, souci élevé de l'approche durable et écologique de l'économie touristique et bien entendu, exigence de la protection du patrimoine et de l'environnement. Mais cette mention qui ne concerne pas seulement un lieu, mais un parcours entre des lieux, a toujours mis sur un pied d'égalité la qualité de la gestion, le « quality management » au sens anglais du terme et l'importance des valeurs



promues par cette institution depuis sa création en 1949 : principes démocratiques, défense de l'État de droit, recherche de l'égalité entre les sexes, défense des minorités, diversité des langues européennes, conventions sur la protection de la faune et de la flore sauvages...

Il s'agissait donc, selon la Déclaration qui a été adoptée le 23 octobre 1987 à Saint Jacques de Compostelle, de fonder cette mention sur des valeurs fortes. On peut y lire en effet : « Le sens de l'humain dans la société, les idées de liberté et de justice et la confiance dans le progrès sont des principes qui historiquement ont forgé les différentes cultures qui créent l'identité européenne. Cette identité culturelle est, aujourd'hui comme hier, le fruit de l'existence d'un espace européen chargé de la mémoire collective et parcouru de chemins qui surmontent les distances, les frontières et les incompréhensions. » En qualifiant le renouveau d'un pèlerinage contemporain, elle invitait les Européens – et tout particulièrement les jeunes – à « parcourir ces chemins pour construire une société fondée sur la tolérance, le respect d'autrui, la liberté et la solidarité. »

On ne peut en effet envisager d'inviter des pèlerins à un long parcours à pied sans songer à organiser l'hospitalité et l'accueil, le conseil et l'accompagnement. Cette première forme de tourisme qui a bénéficié dès la fin du Moyen-âge de la publication de guides remplis de conseils pratiques, continue aujourd'hui, par un tourisme lent, un tourisme vert, où la démarche sportive côtoie la dévotion, à reposer sur un bénévolat important - celui des hospitaliers et des associations - et à mettre en avant la notion de solidarité, sinon de tourisme social. En effet, sans l'hospitalité, la solidarité et le partage, cette forme de tourisme, fondée sur la redécouverte de l'effort et de la patience, n'aurait pu connaître le succès considérable que l'on constate aujourd'hui. Ces valeurs-là, étendues et adaptées à tous les autres itinéraires culturels, que l'on songe à l'itinéraire « Saint Martin de Tours, personnage européen, symbole du partage, valeur universelle » constituent ensemble, la réponse à une révolution touristique où s'intègrent la dimension sociale et la dimension éthique, l'exigence d'authenticité et le souci d'un véritable dialogue entre ceux qui visitent un territoire, ceux qui en proposent la visite et ceux pour qui il s'agit d'un lieu de vie permanent. Ils peuvent évidemment être traduits et adaptés dans le cadre du tourisme nautique et de l'accueil ODYSSEA.

Un autre critère repose sur l'exigence d'un discours de qualité. Une grande partie du public européen – pour ne pas parler des visiteurs venus d'autres continents – éprouvent en effet des difficultés à lire un monument, un site, un chemin dans son contexte géopolitique, faute d'une éducation à l'Europe suffisamment approfondie.

Et pourtant le sort des grands empires et l'évolution territoriale des grandes religions, leurs confrontations, ont laissé en Europe un ensemble de lignes de protection sous forme de fortifications matérielles, mais aussi de fractures culturelles dont on a pu mesurer la résurgence dans les conflits qui sont nés de la dissolution de l'ex-Yougoslavie ou de la disparition de l'Empire soviétique, mais qui s'illustrent également dans les phénomènes de racisme récurrents envers les populations immigrées.

Expliquer le passé, sans craindre d'en affronter la complexité, permet certainement de mieux situer les enjeux majeurs de la construction européenne qui est fondée depuis la Seconde Guerre Mondiale sur un lent travail de dialogue et de réconciliation. Telle est donc une autre exigence importante pour l'attribution de la mention. Si les itinéraires culturels ont joué un rôle important pour restaurer des liens entre les démocraties issues des partages territoriaux du siècle dernier et les jeunes démocraties nées de la fin des dictatures en Espagne et au Portugal, ils ont également servi à restaurer un dialogue ouvert entre l'Europe de l'Ouest et l'Europe centrale et orientale, après 1989 et bien sûr dans le Sud Est européen, pour ne pas évoquer les pays du Caucase du Sud. Les chefs d'Etats de dix pays des Balkans ont adopté en 2005 à Varna, en Bulgarie, une résolution sur la mise en place de « corridors culturels » où l'on peut lire : « La protection, la présentation et l'interprétation du patrimoine culturel matériel et immatériel doivent renforcer la compréhension mutuelle et le respect du patrimoine des autres ». Au sein de l'Union pour la Méditerranée, on peut également facilement imaginer qu'ODYSSEA pourra répondre, à son niveau de visite et d'accueil, une à une fonction de compréhension comparable.

Lorsque le Conseil de l'Europe condamne toutes les formes d'intolérance et de discrimination, y compris l'antisémitisme et l'islamophobie, il dispose certes de conventions, mais aussi de l'esprit de dialogue et d'ouverture des itinéraires qui cherchent à combattre concrètement les préjugés. C'est le cas de la valorisation et de l'interprétation du patrimoine des itinéraires de l'Héritage andalou ou des lieux qui témoignent de l'apport de la culture juive à l'histoire de l'Europe. Le Conseil de l'Europe souhaite également aider l'édification de sociétés solidaires en luttant contre l'exclusion. On ne peut certes pas ignorer qu'un itinéraire comme celui qui se construit autour du thème du patrimoine des migrations est fondé sur la possibilité pour les migrants de retrouver la fierté de ce qu'ils ont transporté et apporté d'un pays à l'autre, parfois en se déplaçant d'un continent à l'autre, en l'intégrant au pays d'accueil.

Ce sont ces valeurs et ces principes communs « enracinés dans le patrimoine culturel, religieux et humaniste de l'Europe – un patrimoine à la fois partagé et enrichi de sa diversité » qu'après de nombreuses années d'expérience, le programme des Itinéraires culturels continue en effet de promouvoir et de rendre visibles. Nul doute que le programme ODYSSEA adhère à ces critères de qualité où le développement durable repose autant sur une éthique écologique de la diversité biologique que sur le respect de la diversité culturelle et paysagère.

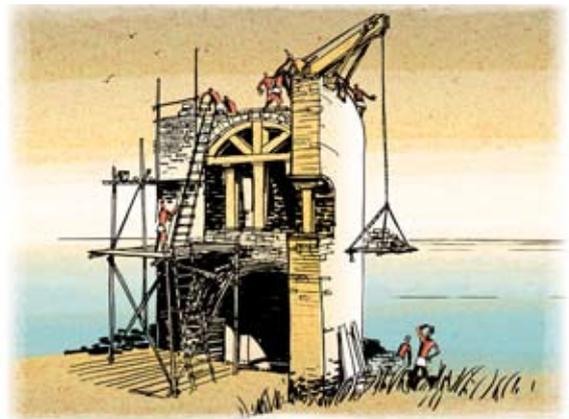
VALORISATION NUMÉRIQUE DES PATRIMOINES

Dans le programme stratégique ODYSSEA, les enjeux des technologies de l'information pour la valorisation, la conservation, la gestion du patrimoine constituent un axe déterminant. Ces enjeux rejoignent l'attractivité des territoires, le développement touristique et économique, l'accès à la culture...

ODYSSEA a pour vocation de développer de véritables référentiels de données numériques sur les territoires, dans une logique de « systèmes d'information et de valorisation » des territoires des régions européennes et méditerranéennes. Abondés par des informations diverses (transports, tourisme, services publics), parfois largement interconnectés aux systèmes d'information géographique, ces outils permettent la constitution d'un patrimoine immatériel de chaque territoire, essentiel à son développement économique et social, à son attractivité.

Le dispositif ODYSSEA s'applique aux projets de valorisation du patrimoine culturel mettant en œuvre les techniques de numérisation pour la conception, l'élaboration, l'utilisation ou le développement d'outils spécifiques visant à assurer :

- une gestion nouvelle ou améliorée de leur patrimoine ;
- une diffusion d'informations et/ou de documentations patrimoniales en direction des publics ;
- une restitution numérique du patrimoine permettant l'exploration à distance ou la reconstitution d'un patrimoine ruiné, disparu, mal connu ou difficile d'accès (réalité augmentée) ;
- la mise à disposition de matériaux scientifiques libres de droits ou réutilisables ;
- la mise à disposition de données culturelles brutes en vue d'une valorisation par des tiers (principe innovation ouverte via le partage de données publiques) ;
- la mise en œuvre d'actions pédagogiques en direction des publics et en particulier des publics scolaires.



Le champ patrimonial

ODYSSEA s'appuie sur la convention-cadre de Faro sur la valeur du patrimoine culturel pour la société. « Le patrimoine culturel constitue un ensemble de ressources héritées du passé que des personnes considèrent, par-delà le régime de propriété des biens, comme un reflet et une expression de leurs valeurs, croyances, savoirs et traditions en continuelle évolution. Cela inclut tous les aspects de l'environnement résultant de l'interaction dans le temps entre les personnes et les lieux ».

Les objectifs

ODYSSEA vise à accompagner la construction d'une identité territoriale, diffuse plus largement la mémoire collective numérisée, la richesse patrimoniale qui va ensuite être utilisée dans différents contextes : animations territoriales, formations au multimédia, projets scolaires... Cette notion de « mémoire numérique » d'un territoire favorise la cohérence territoriale et peut servir de support pour l'activité de nombreux acteurs, en particulier associatifs.



ODYSSEA conditionne la mise en réseau des acteurs du patrimoine d'un même territoire

Internet est d'abord un média d'échanges : échanges de contenus, échanges de messages, le web qui a évolué en 2.0 facilite le repérage des initiatives, comme leur promotion. Des outils gratuits permettent les échanges d'informations entre les sites web sans développement technique trop complexe. Cette facilité d'échanger de l'information sur le web ouvre de nouveaux horizons, non seulement aux acteurs du patrimoine, mais également aux responsables de collections numérisées.

Accompagner la préparation des visites

La mise à disposition de médias numériques permettant de décrire un lieu de visite, sa numérisation en 3D ou sa reconstitution dans des environnements virtuels comme « Second life » facilite la promotion des musées, collections et monuments. Couplés à des outils de marketing en ligne, ces médias numériques doivent amener les visiteurs « virtuels » à se déplacer pour se confronter au réel et à la dimension humaine. Ces outils peuvent être utilisés avec profit dans le cadre éducatif. C'est le cas des visites virtuelles en images à 360°, ou de la réalité augmentée. . .

Enrichir les visites

Les médias numériques permettent également d'enrichir les visites de commentaires, descriptions détaillées, ou de points de vue originaux. La simple mise à disposition ou location de guides audio facilite une approche intelligente de la visite d'un musée ou d'un site archéologique. La scénarisation du regard ouverte par la numérisation permet aussi l'enrichissement des points de vue, facilite la compréhension d'une oeuvre ou illustre son évolution au cours de l'histoire. Le numérique offre également la possibilité de personnaliser les expositions ou leurs commentaires. La présentation des itinéraires culturels peut alors se fonder sur des scénarios et des synopsis à entrées multiples, établissant entre eux des croisements et s'adressant à des publics d'âges et d'exigences culturelles différents.

Après avoir facilité la promotion du patrimoine, puis enrichi sa visite, le numérique permet aussi de garder le contact avec le visiteur et de tenir compte de son avis. Particulièrement innovants, certains sites culturels permettent à leurs visiteurs de publier leur propre site, issus de leur propre visite. Des DVD et autres supports peuvent être distribués à l'issue des visites. Les blogs de certains visiteurs pourraient être récompensés afin qu'ils deviennent des ambassadeurs d'ODYSSEA. Les notices Wikitravels peuvent constituer également des réserves de données communautaires.



LE RESPECT DES NORMES ET STANDARDS

Les normes relèvent de processus nationaux ou internationaux de définition et de publication, alors que les standards relèvent de la généralisation de l'adoption d'une recommandation par une communauté d'acteurs. Le respect des normes et standards est un gage de pérennité et d'interopérabilité des productions.

Pourquoi respecter des normes techniques dans ODYSSEA ?

C'est une obligation pour les acteurs publics !

Cela permet de :

- Sécuriser l'investissement public en garantissant, dans la mesure du possible, une certaine stabilité des outils dans le temps. En d'autres termes, c'est un moyen (nécessaire mais non suffisant) d'assurer la conservation et l'accès aux médias numériques dans les meilleures conditions.
- Assurer une interopérabilité minimale des contenus.

La convergence numérique a deux conséquences qu'il faut ici relever. Premièrement, un média numérique a vocation à faire l'objet d'affichages multiples dans de nombreux contextes sociaux et techniques. Respecter les standards est donc une bonne façon d'assurer cette possibilité. De plus, le succès ou l'échec d'une publication numérique repose aujourd'hui beaucoup sur sa capacité à générer des effets de réseaux, à voir ses contenus et informations repris sur différents supports, sur le web ou ailleurs.

Là encore, respecter les normes est la meilleure garantie pour assurer, sans nouveaux et coûteux développements informatiques, de larges possibilités d'échanges. La numérisation du patrimoine impose dans le système ODYSSEA le respect de nombreuses normes techniques. Pour certaines d'entre elles, elles croisent souvent les recommandations proposées dans le Référentiel Général d'Interopérabilité (RGI) de l'État ainsi que les recommandations techniques du ministère de la Culture et de la Communication.

Quels formats appliquer à la numérisation du patrimoine ?

Pour les images photographiques de haute qualité, il est recommandé d'utiliser le format DNG ou le format TIF/EP (ISO 12 234). Le fichier DNG utilise une compression sans perte d'information, ce qui le rend plus léger que le TIFF. A noter que, l'utilisation de formats compressés de type JPEG dont la compression provoque une perte d'information ne peuvent être utilisés pour conserver de façon pérenne des photographies numériques pour le patrimoine.

Il convient donc de distinguer à minima le document source (fichier) issu de la numérisation (pas de compression dégradante, définition nominale), des documents destinés à l'affichage web (72 dpi), et de ceux destinés aux impressions (300 dpi).

Pour les images animées, il est recommandé d'utiliser le format ouvert flash d'extension swf. C'est un format pour lequel il existe des outils libres de conception, même si ses spécifications restent la propriété de la société ADOBE.

Pour le son, il est recommandé d'utiliser le format MP3, c'est-à-dire la spécification MPEG 1/2 Audio layer 3 du MPEG group. Pour les sources audio qui devraient être conservées sans perte de qualité, des formats du type WAV et RIFF peuvent être utilisés.

L'échantillonnage doit être adapté aux objectifs du projet.

Pour les images vidéo, les formats MPEG 2 et 4 doivent être utilisés. Enfin, pour les formats de fichiers d'affichage 3D, il est conseillé d'utiliser le format X3D décrit dans la norme ISO 19775.

OAI, des standards pour l'interopérabilité

Le protocole OAI est un outil destiné à faciliter l'échange de données entre des fournisseurs d'informations et un ou des fournisseurs de services, la plupart du temps en ligne. Il permet ainsi de démultiplier, de façon très simple et organisée, les possibilités d'échanges entre des institutions possédant des données, supports et médias numériques, et celles qui pourraient les utiliser dans le cadre de services et en assurer ainsi la promotion. C'est donc un protocole qui peut être mis en oeuvre, par exemple, entre un portail et différents sites web.

L'OAI a été défini pour permettre les échanges de la communauté scientifique, dans le cadre de l'accès aux archives et aux pré-prints. Il se développe aujourd'hui dans le monde des bibliothèques, mais aussi dans le domaine culturel. Cette dernière évolution a notamment été initiée dans le cadre du projet européen Minerva. L'intérêt du modèle proposé par OAI est de permettre une collaboration intelligente entre les institutions possédant des fonds numériques, avec pour objectif de permettre une très large ouverture et promotion de ces fonds.

Selon une note technique du ministère de la Culture et de la Communication, le protocole OAI permet :

- « d'abattre des barrières du « web invisible » en rendant possible le signalement de ressources non accessibles aux moteurs de recherche ;
- de faciliter l'interopérabilité des ressources documentaires culturelles, sans duplication ni téléchargement des documents numériques primaires ;
- de mettre à jour simplement et automatiquement des métadonnées collectées et des liens, en répercutant les dernières modifications des réservoirs sources, sans copier à nouveau l'intégralité des données (la charge n'en étant que plus légère pour les serveurs) ;
- d'encourager l'utilisation d'un format de description assez générique pour les besoins transdisciplinaires, même les plus simples, sans interdire des spécifications adaptées à des besoins plus spécialisés ;
- d'intégrer, de ce fait, des ressources d'origines diverses, dans des traditions descriptives propres, sans empêcher le maintien parallèle de ces traditions pour d'autres usages. »



Il permet donc, à la fois, de respecter la propriété et la responsabilité complète des données pour chaque partenaire et de faciliter la mise en réseau de bases de données développées dans des technologies différentes. OAI est basé sur l'échange de métadonnées, c'est-à-dire d'informations sur les informations elles-mêmes. Cette notion de métadonnées est essentielle. Les métadonnées qualifient les médias numériques. Le format « classique » de métadonnées utilisé pour les problématiques d'échanges est le format « Dublin core ». Il ne remplace pas les formats de référencement documentaire (cf. fiche gestion documentaire) mais peut en être l'émanation, réalisée manuellement ou automatiquement. Il est généralement utilisé comme une forme de plus grand dénominateur commun entre fonds hétérogènes.

Dans la mesure où des bases de données de stockage de médias numériques seraient créées ou utilisées dans le cadre des projets du dispositif « eServices & Territoires », il est demandé de prévoir la rédaction de notices au format Dublin core qui seront rendues disponibles via une exposition dans un entrepôt OAI (statique ou dynamique). Le profil d'application Dublin Core du projet sera mis à disposition des porteurs de projets dans le courant de l'année 2010. En outre, les protocoles OAI-PMH permettent d'exploiter, en sus du Dublin Core, d'autres formats de métadonnées, notamment destinés à des exploitations spécialisées. Ces éventuels formats complémentaires devront faire l'objet d'une analyse d'opportunité à l'échelle régionale.

La nécessaire accessibilité

L'accessibilité, que l'on peut définir comme la capacité d'un outil de publication en ligne à être utilisable par des personnes présentant un handicap est une obligation légale, en particulier depuis la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 « pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées ». Elle oblige les services en ligne de l'État, des collectivités territoriales et des établissements publics qui en dépendent d'être accessibles aux personnes handicapées (article 47). Pour faciliter la mise en application de cette obligation, le Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations liste un nombre considérable de règles dont le respect permet de garantir pratiquement l'accessibilité.

Un exemple de ces règles est fourni par la nécessité, pour les webmasters, de proposer des versions textuelles des contenus de pages non exclusivement textuelles, ce qui impose de légèrer correctement les photographies et les titres des pages qui seraient insérées sous forme d'images.

Diverses autres règles sont applicables, avec notamment des restrictions à l'usage des frames ou des tableaux, ou encore l'usage systématique de feuilles de styles permettant, par exemple, le redimensionnement des caractères ou d'autres modes d'affichage des textes (modes destinés à l'impression, la restitution sonore, etc.).

LES SOLUTIONS ODYSSEA

Norme ODYSSEA des contenus

- Critère 1 - La qualité scientifique des contenus est garantie par un professionnel du patrimoine (conservateur, attaché de conservation, universitaire), qu'il soit membre de l'équipe-projet ou qu'il soit associé au projet en tant que consultant (obligatoire).
- Critère 2 - Si le territoire a fait l'objet, en partie ou en totalité, d'une étude de l'Inventaire général, le projet s'appuie sur les dossiers d'inventaire (obligatoire).
- Critère 3 - En cas de recours à une documentation iconographique, celle-ci est réalisée par un professionnel de l'image (obligatoire). La commande publique à un artiste photographe (article 35 du Code des Marchés Publics) est recommandée.

Norme ODYSSEA d'utilisation

- Critère 1 - Les porteurs de projet ODYSSEA garantissent d'être titulaires des droits d'exploitation des fonds utilisés, y compris sous sa forme numérique (obligatoire).
- Critère 2 - Le maître d'ouvrage choisit un régime de licence permettant une large ouverture en matière d'usage pour les supports, médias et services numériques réalisés (obligatoire). Ce régime de licence pourra être celui des Créatives Commons (<http://fr.creativecommons.org/>, fortement recommandé).
- Critère 3 - Les médias et supports, dont la numérisation, font l'objet d'une valorisation éducative (recommandé).
- Critère 4 - Les médias et supports, dont la numérisation, sont librement accessibles sur le web (fortement recommandé).



Norme ODYSSEA technique

- Critère 1 - Existence d'un système informatisé de gestion documentaire (SIGD, cf. fiche gestion documentaire).
- Critère 2 - Le système d'information permet un accès aux données documentaires comme aux supports et médias numériques (importation/exportations) en toute autonomie (obligatoire). Le système de gestion documentaire est largement configurable par l'utilisateur (obligatoire).
- Critère 3 - Respect des normes et standards (obligatoire).
- Critère 4 - Recherche systématique d'utilisation de standards ouverts et/ou de mutualisation possible entre collectivités territoriales et établissements publics (facultatif).
- Critère 5 - Mise en œuvre d'un processus d'exposition des données documentaires dans le cadre d'un entrepôt OAI (obligatoire). L'entrepôt repose sur une structure de métadonnées définie à l'échelle euro-méditerranéenne (obligatoire).
- Critère 6 - Les matériels informatiques mis en œuvre respectent des normes et critères d'éco-conditionnalité (obligatoire).
- Critère 7 - La qualité technique du système d'information et du projet est garantie par un professionnel de l'informatique ou/et des TIC, membre de l'équipe-projet.

Mutualisation, interopérabilité et syndication de contenus

La nature même d'internet impose aux sites web, pour assurer leur succès, de s'intégrer dans un réseau de liens hypertextes et, plus largement, d'échanger des informations avec de nombreux autres sites.

Cette mise en réseau des informations publiées, au-delà des simples liens hypertextes, peut se faire selon plusieurs technologies aujourd'hui disponibles, dans une démarche de « syndication » de contenus. La première consiste à utiliser des flux RSS. Le site internet qui permet à un internaute ou à un autre site d'afficher, de façon dynamique, des informations qu'il publie lui-même et qui sont mises à jour de façon automatique. En général, ces flux RSS permettent à l'internaute, par des liens hypertextes, d'accéder directement au document primaire.

La seconde, beaucoup plus ambitieuse, consiste à rendre son site compatible avec des technologies comme OAI (Open Archive Initiative) qui facilitent le référencement de tout son contenu dans des portails ou « métaportails » d'échelle plus importante. Ces technologies définissent des mécanismes d'échanges des informations contenues dans les bases de données en utilisant les protocoles de communication standards du web. Elles permettent ainsi une réelle diffusion de l'information, très au-delà de l'espace internet de sa publication initiale. Dans le cadre d'ODYSSEA, il est demandé aux partenaires de rendre leurs outils de publication en ligne compatible avec le protocole OAI, et en particulier de procéder à l'exposition de ses métadonnées dans un format adapté. Cette démarche correspond à la mise en place d'un « entrepôt OAI » qui peut être statique ou dynamique.

La mise en œuvre de la gestion électronique des bases de données ODYSSEA prend en compte l'interopérabilité qui se traduit par la capacité que possède un produit ou un système à fonctionner et communiquer avec d'autres produits ou systèmes de natures différentes

existants ou futurs. Il est essentiel pour la gestion documentaire que les documents alimentant les différents systèmes puissent être diffusés au sein d'une communauté aussi large que voulue.

De plus, un même document peut être présenté à un large public via des canaux d'accès et de diffusion hétérogènes (Internet, intranet, extranet, télévision numérique, etc.) aux médias multiples que sont les ordinateurs et stations de travail, les imprimantes et télécopieurs, les téléphones IP, les ordinateurs de poche, les téléphones cellulaires ou toutes formes de terminaux actuels ou à venir.

Il est donc nécessaire d'adapter de manière plus ou moins automatisée le format de présentation de ces documents à chaque média en fonction des contraintes et des préférences des utilisateurs, tout en adoptant pour le document source, une structure définie de manière générique et la plus universelle possible. On parle alors de séparation du fond et de la forme.

L'interopérabilité dans les solutions TIC ODYSSEA sous-entend :

- un cadre commun d'environnement de l'information,



- le respect des normes obligatoires,
- le respect des standards adoptés par la communauté de projet,
- les tests de conformité aux normes,
- les métadonnées,
- l'authentification,
- les questions de droit de la propriété intellectuelle.

Pour ce faire, l'intégration des données qui existent dans une très grande variété de formats et de sources, et celle des processus, exigent l'adoption de normes et standards. Les points pertinents suivants doivent être abordés :

- Le recours systématique à un langage de description structurée de données (XML)
- Modèles de documents et publication de schémas
- Profils de métadonnées incluant la définition des vocabulaires utilisés

L'INTÉGRATION DES LANGUES ET CULTURES RÉGIONALES

Contributeur : Christine Stéfanini, GEC ODYSSEA

Les langues et la culture régionales ont une place importante dans la stratégie développée par le concept ODYSSEA car elles portent en elles l'identité culturelle des territoires impliqués et font partie d'un patrimoine commun, une partie du patrimoine de l'humanité. Elles défendent en cela des valeurs d'unicité, d'universalité et de partage.



Dans un siècle qui s'inscrit dans la mondialisation des échanges et la globalisation de l'économie, l'Europe a besoin d'affirmer son identité. La diversité de son patrimoine linguistique et culturel est une richesse qu'il est important de préserver et faire vivre. Cette nécessité d'apprendre la langue de l'autre est inscrite dans la Convention Culturelle Européenne du Conseil de l'Europe, depuis son ouverture à signature en 1954. De plus, la Charte européenne sur les langues minoritaires et régionales du Conseil de l'Europe précise : « ... la Charte oblige les Etats parties à promouvoir activement l'usage de ces langues dans pratiquement tous les domaines de la vie publique : à l'école, devant les tribunaux, dans les contacts avec l'administration, dans les médias, dans la vie culturelle, économique et sociale ou encore dans la coopération transfrontalière. »

La maîtrise des nouvelles technologies de l'information qui accompagnent la mise en œuvre du programme ODYSSEA doit respecter cette diversité linguistique et culturelle, ciment de l'Europe d'aujourd'hui et contribuer à la propagation des valeurs communes.

Le concept ODYSSEA n'a pas de frontières, qu'elles soient administratives, régionales ou nationales. Sa transférabilité est le garant d'une transversalité affirmée. Certaines langues régionales, comme le basque, le flamand-néerlandais, le catalan, l'alsacien, l'occitan sont des langues « transfrontalières ». Régionales en France, elles permettent à des habitants de pays différents de se comprendre. Utiliser ces langues régionales dans un programme de développement territorial européen est non seulement le garant de la perpétuation d'un patrimoine immatériel dans les principes du Conseil de l'Europe mais également un des leviers de facilitation d'échanges transnationaux au-delà de l'effet frontière.

Il y a aujourd'hui un véritable regain de succès populaire pour toutes les expressions culturelles locales. C'est vrai en Alsace pour les spectacles vivants, en Corse pour le chant polyphonique, en Pays Basque pour les « muxikos », danses collectives sur les places publiques. C'est vrai aussi du théâtre de langue occitane ou de la musique, de la danse, de l'édition en Bretagne. Des milliers de jeunes se retrouvent autour d'expressions musicales qui ont su générer des formes culturelles plus contemporaines, inspirées notamment du rock. Partout des livres pour enfants sont édités à des fins pédagogiques et ludiques.

Des structures qui rassemblent, encouragent, valorisent ces expressions culturelles, existent. Elles ne sont pas identiques d'une région à l'autre :

- La Corse a un statut particulier.
- Pour le Pays Basque, ont été mis en place l'Institut culturel basque et l'Académie de langue basque, seuls exemples en France.
 - L'Institut culturel basque est un organisme créé par le ministère de la Culture et co-financé par l'Etat. Il rassemble des associations et les 145 communes du Pays Basque regroupées au sein d'un syndicat intercommunal de soutien à la culture basque.
 - L'Académie de la langue basque est reconnue en Espagne par un décret royal du 26.02.76 et dans la Communauté Autonome Basque par le statut d'autonomie du 18.12.78. En France, c'est un établissement reconnu d'utilité publique par le décret du 20.02.95.
- Il existe un Institut d'études occitanes, association nationale déclarée d'utilité publique.
- En Bretagne ont été institués un Conseil culturel et un Institut culturel.
 - Le Conseil culturel de Bretagne a été créé en 1978 par la charte culturelle de Bretagne « octroyée » en 1977.
 - L'Institut culturel de Bretagne a été créé en 1981. Il a pour objet de soutenir le développement et la diffusion de la culture bretonne. Il est composé de 16 sections recouvrant les différents domaines, des sports et jeux à l'anthropologie médicale en passant par la littérature écrite et la religion.
- En Alsace, il existe une Agence culturelle d'Alsace.

Ces exemples ne sont pas un recensement exhaustif de tout ce qui existe. Ils montrent la vitalité de ce qui se fait.

Comment intégrer le principe de diversité culturelle appliquée aux territoires de projets dans le concept ODYSSEA ?

La culture se doit d'être vivante. Elle doit faire connaître le passé qui lui permet de mieux comprendre le présent, mais elle ne peut pas rester fixée sur lui. Le patrimoine, les traditions populaires, le travail muséographique sont des pans essentiels de l'expression culturelle. Mais une part importante doit être réservée à la création contemporaine, par les hommes et les femmes d'aujourd'hui, qu'ils s'expriment en langue française, en leur langue régionale ou dans les deux.

La diversité culturelle tient au fait que l'attractivité est liée au caractère singulier et divers de chaque territoire, qui doit s'efforcer de conserver sa différence. Si la globalisation induit l'uniformisation progressive des langues et des cultures, les territoires perdront toute singularité et cette absence d'originalité nuira à leur attractivité différentielle. À titre d'exemple, on peut songer à l'uniformité confondante de l'urbanisme des grandes villes, françaises ou mondiales, dès lors que l'on quitte le centre historique.



La diversité culturelle appliquée aux territoires s'appuie sur ce qui fait leur caractère propre, ce qui les rend uniques et qui est aussi l'un des facteurs de l'attractivité. Le plurilinguisme et l'intégration des langues régionales dans la méthodologie de valorisation touristique défendue par le modèle ODYSSEA au sein de chacun des territoires de projet, constituent par là même **un atout majeur dans la compétition entre les territoires pour attirer investissements et matière grise, et développer le tourisme culturel.**

« La question de la diversité culturelle concerne tous les aspects des politiques culturelles, du niveau local au niveau international, et l'ensemble des secteurs de la culture et de la création artistique, sous leurs aspects les plus traditionnels comme les plus inédits, liés au développement spectaculaire des nouvelles technologies. L'enjeu n'est rien moins que de contribuer à permettre à chacun de concilier son appartenance à une communauté locale et nationale avec son statut de citoyen du monde. »

Les économistes ont l'habitude de dire qu'un pays n'exporte bien ses produits que s'il les utilise et s'il veut les montrer chez lui. Ce qui est vrai pour le commerce extérieur l'est aussi pour le domaine linguistique et culturel.

De nos jours, les fruits du savoir, de l'information, de la science et de la culture peuvent être parfaitement valorisés et probablement ces richesses immatérielles constituent-elles les ressources les plus stratégiques qui soient dans le contexte de la mondialisation de l'économie. Il serait donc inopportun d'opposer la culture et l'économie comme s'il s'agissait de deux entités distinctes et antagonistes. De très nombreux travaux montrent au contraire le nombre et l'importance des interactions : poids économique du secteur culturel, économie de l'art, économie du patrimoine, artisanat d'art, valorisation économique des résultats de la recherche fondamentale, etc.

Le programme ODYSSEA n'est pas exclusivement un projet de développement économique mais la prospérité économique est clairement une finalité qui lui est attachée. Dans un territoire, les facteurs économiques et les facteurs culturels sont imbriqués. Par exemple, les ressources immatérielles locales lorsqu'elles ne relèvent pas des connaissances formalisées, sont en grande partie constituées des éléments puisés dans le patrimoine culturel régional : capital social, traditions et savoir-faire locaux, langues régionales, etc. Les territoires doivent mobiliser ces éléments pour susciter des initiatives et renforcer des avantages comparatifs : marketing territorial, valorisation des atouts régionaux, usage économique des langues régionales, marque régionale ombrelle, etc.

Le projet ODYSSEA a pour effet de transformer les individus du groupe social défini dans le cadre de la gouvernance du programme, en acteurs. Ce projet, sans cesse réévalué, favorise **la pérennité de la culture et du tissu social local**. Ce faisant, la notion de territoire désigne une approche ad hoc du développement dans laquelle les caractéristiques locales (historiques, géographiques, sociologiques, démographiques, culturelles, etc.) participent à la formulation du projet et sont en retour modifiées par lui. La notion de territoire ainsi définie appelle une réflexion sur les aspects culturels du développement économique. En effet, les cultures en dépit de leur diversité (qui s'exprime notamment à travers les spécificités régionales), peuvent constituer une dimension nécessaire et incontournable de la dynamique territoriale.

Le principe de prise en compte de la diversité culturelle n'est pas seulement une nécessité de cohésion sociale, c'est aussi une chance pour le renouvellement des cultures locales et ses capacités créatives et d'innovation.

LES ACTIONS CLEFS POUR LA VALORISATION ET L'INTÉGRATION DES LANGUES RÉGIONALES DANS LE PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE ODYSSEA

Travail d'inventaire et de collecte des mots identitaires

Dans le cadre de l'inventaire préalable réalisé par les équipes projet ODYSSEA, un soin particulier se doit d'être porté à l'apport de ou des langues régionales dans la valorisation des thématiques identitaires ODYSSEA au travers de l'analyse toponymique des lieux et des personnes. Cette approche permettra d'équilibrer démarche scientifique et sensibilisation du public. Elle passera nécessairement par la collecte des ressources auprès des populations locales, des associations représentatives et par une recherche complémentaire en bibliothèque, auprès des archives départementales, régionales. . .

La participation aux Comités d'experts des structures représentatives des actions menées en termes de valorisation culturelle des langues régionales, viendra qualifier la ressource locale par l'expertise scientifique.

L'objectif de cette action est de proposer une lecture différenciée de l'évolution du territoire de projet, de faire le lien entre tradition et modernité et d'utiliser la linguistique comme vecteur affirmé de valorisation touristique.

En matière de valorisation des escales NAUTIQUE / PATRIMOINE / CULTURE / NATURE ET PAYSAGES

- Les noms de villes et villages, les noms de lieux. . .
- Les mots de l'environnement, de la météorologie (les vents, la pluie. . .)
- Les noms de famille – des arbres – de l'habitat traditionnel. . .

En matière de valorisation des escales SAVEURS / ART DE VIVRE / PAYSAGES CULTURELS

- Les mots des savoir-faire : les métiers (vigneron, saunier, pêcheur, artisan. . .)
- Les noms de recettes, de produits locaux, de spécialités et la gastronomie
- Les mots de l'agriculture, de la viticulture, de l'élevage. . .
- Les mots de la culture locale : les fêtes, les carnivals, les personnages de contes et légendes, les noms de danses traditionnelles. . .

Restitution et numérisation des données linguistiques pour leur accessibilité

La numérisation et l'accessibilité des données culturelles au sens large est une priorité du programme ODYSSEA. A titre d'exemple, le travail réalisé en Corse peut servir de socle au développement d'une base de données linguistiques numérique en adéquation avec le modèle ODYSSEA.

L'INFCOR est une base de données qui regroupe les mots de la langue corse : vocabulaire traditionnel dans ses variétés, terminologies spécifiques anciennes et modernes, noms propres, locutions. . . Chaque entrée de la base comprend, outre la définition en langue corse, la prononciation figurée, l'étymologie, les synonymes, les antonymes, les dérivés et composés, les analogies, ainsi que les équivalents français, italiens, anglais. . . une illustration tirée des œuvres littéraires et, si besoin, une bibliographie complètent chaque article. Plusieurs milliers de fiches sont aujourd'hui accessibles dans la base.

Pour parvenir à définir les champs d'une base de données numériques commune, un travail d'étude et d'analyse, de concertation avec les partenaires et structures locales, un rapprochement avec les propriétaires de modèles opportuns, constituera le préalable nécessaire au développement d'un modèle exemplaire répondant aux critères d'exigence que nécessite le modèle ODYSSEA.

L'objectif de cette action vise à fournir à tous les utilisateurs de la ressource touristique locale, régionale, un support ouvert, partagé et efficace de connaissance de la spécificité locale et la mise à disposition de contenus qualifiés en vue de leur vulgarisation sur les outils technologiques utilisés dans le programme ODYSSEA par les partenaires du réseau.

La valorisation touristique des données linguistiques et l'apport culturel identitaire dans le modèle ODYSSEA

Dans le concept ODYSSEA, l'utilisation de supports média issus des dernières technologies de l'information et de la communication est une référence : Web2, écrans tactiles, téléphonie mobile, bornes d'information numérique, mobilier d'interprétation interactif du paysage, GPS. . .

Les contenus linguistiques qui seront collectés, qualifiés et formatés deviendront accessibles à l'ensemble des partenaires selon des conventions cadres formalisées.

De plus la recherche objective d'intégration de la mémoire collective et du patrimoine immatériel dans les critères d'exigibilité que préconise le modèle ODYSSEA permettra d'inclure dans les projets territoriaux une liste d'actions visant à atteindre ces objectifs :

- L'écriture de fiches qualifiées accessibles depuis la base de données ODYSSEA (Bibliothèque numérique).
- La réalisation d'interviews auprès des personnages ressources de l'identité locale et territoriale (la mémoire des anciens, les associations locales, les enfants des écoles utilisant les langues régionales, les nouveaux apprenants...).
- L'archivage numérique de la base iconographique (photos – films – cartes postales).
- La création de supports images (clips, vidéos, illustrations...).
- La formalisation et la scénarisation des données en format audio pour insertion sur support de visite type GPS guide.

La Formation/Animation des personnes ressources

Le volet Formation/Animation est indispensable à la préhension et l'appropriation du travail réalisé en amont (collecte et formatage de données, création de nouveaux supports...) et à l'optimisation des outils que développe le programme ODYSSEA sur chaque territoire de projet.

Des modules seront créés à l'échelon territorial en concertation avec les structures d'intervention reconnues en matière de formation :

- Formations spécifiques au monde du tourisme
- Centres de formation et de ressources en langue régionale...
- CNFPT...

L'ouverture d'une formation spécifique au volet Identité culturelle et langues régionales fera l'objet d'un cahier des charges détaillé, définissant les champs d'action, les enjeux, les méthodes de mise en œuvre des modules, les outils d'évaluation, les résultats attendus et les objectifs opérationnels de l'action.

Suggestions de thématiques à développer :

- Comprendre les mots de la langue régionale (catalan / occitan / corse / basque...) et leur interaction dans la culture locale.
- Utiliser les données linguistiques et de l'identité locale de la base numérique dans le marketing touristique d'une destination...



ÉQUIPEMENTS STRUCTURANTS DANS LE MODÈLE ODYSSEA

Le port, porte d'entrée d'un territoire de vie

Intégration architecturale, réflexion urbanistique de qualité et aménagement paysager du port « intégré » dans sa ville, pour assurer la qualité de vie des habitants et des utilisateurs .

Depuis les années 1980, un véritable retour de la ville vers le port se généralise en France et en Europe. Tous les nouveaux équipements et aménagements faits sur une zone portuaire dans le cadre du programme ODYSSEA devront se faire de façon concertée avec les services de la ville et les associations locales. Ces derniers devront être intégrés dans l'architecture de la commune ou être de véritables constructions design. Sera demandée la mise en place d'espaces paysagers afin de valoriser les espèces végétales (plantes et arbres) de la région sur les quais et sur les abords du port de plaisance, la mise en place des notices botaniques et phytosociologiques. Le port de plaisance devra être une fenêtre ouverte sur la mer et sur l'architecture de la commune. Pour cela, dans certains cas, il faudra reconfigurer les accès publics au port de plaisance afin de dynamiser les commerces et les services qui s'y trouvent. Il faudra, pour tous les nouveaux aménagements importants, penser le port comme un véritable espace urbain d'attractivité. Des espaces d'animations et d'événementiels pourront être créés. Il faudra reconfigurer la zone portuaire afin de dynamiser cet espace et l'intégrer plus amplement dans la vie de la commune. Les évènements par exemple, pourront se fonder sur la culture et l'identité locale. Les quais pourront être réinvestis par les habitants : quais servant de support pour un marché hebdomadaire ou pour une fête thématique, pour les pratiques de récréation (restaurants, cinémas, discothèques, shopping, promenades...). Une signalétique directionnelle devra être mise en place. Les friches portuaires sur certains ports devront être réhabilités en lieux culturels (musées, lieux de spectacles), en bureaux, en commerces ou autres. Cette dimension tertiaire, associée à un paysage portuaire consacré à la plaisance, conduira à une relation plus forte entre les activités nautiques et terrestres, avec comme entrée l'offre culturelle et commerciale.



LE COMPTOIR CULTUREL MARITIME

Charte qualité ODYSSEA pour le développement durable des territoires portuaires

« LE PORT DE PLAISANCE & LA CAPITAINERIE COMPTOIR CULTUREL MARITIME D'INFORMATION »

Contributeurs : Thierry Boucher, Port du Cap d'Agde - Jean Claude Méric, Port de Gruissan - David Donnini, UPPCorse - Christine Stéfani, Philippe Calamel, Judicaël Chasseuil, GEC ODYSSEA

Les ports sont à l'origine des grands courants de notre civilisation. Le port et la navigation sont indissociables de l'histoire de l'humanité. ODYSSEA travaille à la valorisation du port, pôle historique et moderne d'attractivité de tout un territoire. Dans le modèle ODYSSEA, le rayonnement portuaire doit s'appuyer sur une identité, une culture et un patrimoine régional forts, s'inscrivant ainsi dans une démarche de territoire et de développement durable, économique et social.

La Charte Qualité ODYSSEA a pour objectif de promouvoir le développement territorial des ports de plaisance dans l'exigence d'améliorer l'accueil des plaisanciers, des populations locales et dans un contexte de développement durable, soutenable et solidaire : territorial et économique.

Dans le modèle ODYSSEA les ports de plaisance sont des pôles territoriaux en interconnexion avec la mer ou les voies fluviales de navigation, leur commune et les territoires ruraux. Ce sont des lieux où s'exercent des enjeux environnementaux, culturels et économiques importants. Les ports de plaisance sont situés au cœur

des destinations touristiques littorales et fluviales. Ils sont les portes d'accès aux territoires et doivent être intégrés dans le développement touristique des régions comme des pôles structurants. Le modèle ODYSSEA a pour objectif de favoriser le développement durable, grâce notamment à un partenariat entre la mer et la terre, entre les cités portuaires et les terroirs. ODYSSEA conduit à développer des équipements, de nouveaux accueil et services et un réseau structurant d'information. Après le bassin méditerranéen français, ODYSSEA a vocation à s'étendre à l'ensemble du littoral européen. L'accroissement des capacités d'accueil dans les ports et le développement de nouveaux services liés au tourisme et à l'environnement, entraîneront la création d'emplois directs et indirects.



Engagements : le concept de port exemplaire et capitainerie du futur concrétisent « Les comptoirs culturels maritimes ODYSSEA® »

Cible : les plaisanciers du port en escale, à l'année, les croisiéristes, la population locale - les pratiquants des activités nautiques et les amoureux du port, de la mer, des voies et lacs navigables.

Objectif : donner un cadre, un modèle, au concept de « port du futur ODYSSEA », des territoires exemplaires, organisés, structurés, véritables interfaces entre la mer, les voies navigables et les territoires urbains et ruraux.

LE PORT EN ESCALE - LES SERVICES PORTUAIRES

Engagement - Les Technologies de l'Information et de la Communication du port – services innovants aux plaisanciers et voyageurs – espace multimédia

- **Carte portuaire interactive** (ordinateur et tv) pour les agents d'accueil de la capitainerie (comptoir) et sur site web.2. Pour un meilleur accueil des plaisanciers chaque port devra s'équiper d'une carte interactive (modèle géodyssea) matérialisant les quais et les pontons ainsi que les services portuaires (valorisation des professionnels nautiques, prestataires touristiques, commerces de première nécessité, géopositionnement des wc, parking, avitaillement, zone de carénage, une gestion des déchets ménagers et tri sélectif, gestion des déchets chimiques, récupération des eaux usées...). Cette dernière sera visible sur le site du port de plaisance, de l'office de Tourisme et sur le portail ODYSSEA. Des photos interactives innovantes (180°, 360°) seront réalisées permettant aux plaisanciers de positionner sur le port les offres et les services portuaires. Cette carte interactive devra avoir un lien avec l'itinéraire côté Mer de la commune (POI, navigation, itinéraire de la mer, bouée, balise géopositionnée, calcul des distances, etc.). Dans la mesure du possible, l'ordinateur qui servira à l'utilisation de cette carte devra être relié à une télévision derrière la banque d'accueil. En fonction de la configuration de la capitainerie les outils s'adapteront : tablettes numériques. Une formation pour les agents d'accueil portuaire sera effectuée pour l'utilisation de cette carte portuaire interactive.



- **Webcam des différents centres d'intérêt du port et vues des pontons.** La mise en place de webcams dans différents endroits du port de plaisance doit amener un attrait touristique à ce dernier et à la commune dont il dépend. Ces webcams permettront aussi aux plaisanciers de voir en temps réel le port et leur bateau. Ces dernières seront visibles sur le site de l'Office de Tourisme, du

port de plaisance et sur le portail ODYSSEA à la page correspondante à la commune partenaire ODYSSEA. Mises en réseau les unes avec les autres, elles permettront en temps réel de voir la vie d'un port de plaisance de n'importe quel endroit dans le monde.

- **Wifi sur le port et à la capitainerie.** Lié à l'un des axes principaux du développement touristique du modèle ODYSSEA : la mise en place d'outils NTIC et afin de répondre aux demandes des plaisanciers, chaque port et capitainerie devront être équipés d'un système wifi permettant aux utilisateurs des ports de plaisance d'avoir une connexion Internet 24h/24. Cette dernière pourra être gratuite ou payante selon les ports.
- **Borne Touch de promotion et d'information 24h/24.** Chaque capitainerie devra s'équiper, à son échelle, d'une borne de promotion et d'information accessible 24h/24 à proximité de la capitainerie. Cette dernière devra, en plusieurs langues, donner des informations à destination des plaisanciers : météo, informations nautiques, informations touristiques...
- **Postes web d'information en libre-service.** Ces postes informatiques feront partie de l'espace multimédia de la capitainerie. La capitainerie devra s'équiper d'un ou plusieurs postes informatiques à destination des plaisanciers en libre-service et gratuits pour les sites d'informations de la commune et du programme ODYSSEA.
- **Ordinateur & TV pour diffusion des supports multimédia.** En fonction de la superficie de la capitainerie, il sera demandé d'installer un ordinateur connecté à une télévision afin de permettre aux plaisanciers d'avoir un outil de diffusion des supports multimédia de la commune et de son itinéraire culturel : photos, vidéos ou audios de l'itinéraire culturel mer & terre ODYSSEA.
- **PLV Hi-Tech promotion, itinéraire, escales et cabotages.** Devenant Comptoir Culturel Maritime les capitaineries Odyssea s'équiperont de PLV (totems) où seront intégrés des outils NTIC (écrans photos vidéos, tablettes numériques...). Ces outils devront assurer la promotion de l'itinéraire Mer & Terre ODYSSEA par une mise en avant des Paysages Culturels Racontés et des escales ODYSSEA.



ENGAGEMENT DES PORTS - ACCUEIL – ANIMATIONS

- **Guide d'accueil papier.** Création d'un guide portuaire papier dit Intelligent (QR Code) valorisant les offres et les services portuaires ainsi que l'itinéraire culturel Mer & Terre ODYSSEA (POI Odyssea sur cartographie). Ce guide devra donner au minimum les informations suivantes : météo, informations sur les équipements et les services portuaires, informations sur les professionnels et les prestataires nautiques, la réglementation du port, l'environnement et la protection de la mer, l'itinéraire mer & terre de la commune et ses escales ODYSSEA (nautique, culture, nature et saveurs). Ce guide devra être sur les différents sites de la commune, en plusieurs langues, afin d'être consultable et téléchargeable.
- **Application et/ou web app.** Pour répondre au tourisme du XXI^{ème} siècle, les ports ODYSSEA devront mettre en place des outils NTIC d'itinérance. Pour cela en fonction de leurs moyens et de leur statut, des applications ou des web apps pourront se faire de façon individuelle (le port a sa propre application ou web app) ou collective intégrée dans une application ou web app réalisée par l'office de Tourisme de la commune ou de l'intercommunalité. Cet outil individuel ou collectif devra donner au minimum les informations suivantes : météo, informations sur les équipements et les services portuaires, informations sur les professionnels et les prestataires nautiques, la réglementation du port, l'environnement et la protection de la mer, l'itinéraire mer & terre de la commune et ses escales ODYSSEA (nautique, culture, nature et saveurs).
- **Comptoir-banque d'accueil équipé en outils numériques d'information.** Chaque capitainerie devra s'équiper au minimum d'un ordinateur ou d'une tablette numérique avec connexion Internet, pour l'aide à l'information portuaire et touristique. L'accueil aux plaisanciers, les informations nautiques et touristiques, devront se faire par ces outils technologiques : tablettes numériques, ordinateurs, ordinateurs et télévisions, etc. Des formations techniques (utilisation du matériel) et touristiques (l'offre selon l'itinéraire culturel mer & terre ODYSSEA) seront mises en place. Les agents d'accueil devront aussi suivre des formations à tous les nouveaux outils technologiques, à l'itinéraire mer & terre ODYSSEA, aux langues étrangères... (cf. partie la carte portuaire interactive).
- **La soirée des plaisanciers.** Cette soirée sera l'un des temps forts de la vie du port de plaisance. Organisée autour d'un repas du terroir, cette soirée devra permettre la rencontre entre le monde de la plaisance et le monde du terroir. Dégustations, cours de cuisine, conférence sur l'histoire maritime et/ou fluviales, partenariats et/ou échanges avec d'autres ports de plaisance,



présentation des innovations au sein du port, valorisation de l'itinéraire mer & terre ODYSSEA, l'environnement et sa protection... sont des actions qui pourront être mises en place. Des actions pour les enfants devront dans la mesure du possible être intégrées.

- **Les pots d'accueil croisiéristes.** Toujours dans la volonté de relier la mer et la terre, les différents ports ODYSSEA qui accueillent des bateaux croisiéristes mettront en place des pots d'accueil avec les producteurs locaux. Des outils de promotion et vente seront mis à disposition pour favoriser l'achat des produits dégustés et ainsi favoriser un retour immédiat sur l'économie locale.
- **Offres thématiques d'animation autour des escales par saison.** Le principe départ du programme ODYSSEA est de faire naviguer les bateaux de port en port afin de développer les escales. Aussi, les pots de plaisance en collaboration avec leur Office de Tourisme devront proposer des offres par saison en lien avec leur itinéraire culturel mer & terre ODYSSEA (Paysages Culturels Racontés mer & terre ainsi que les 4 thématiques d'escales ODYSSEA : nautique, nature, culture et saveurs). Véritable produit packagé avec un prix de vente défini, cela peut être une journée de découverte de l'itinéraire de la mer, une rencontre avec les producteurs locaux, des événements... Les ports devront participer aux différentes actions menées dans le cadre du programme ODYSSEA telles que peut l'être le concept « Pass'ports Inter ports/Escales ODYSSEA » afin de renforcer l'économie locale.

ENGAGEMENT DES PORTS - OFFRES, SERVICES & MISE EN RÉSEAU

- **Les Boscos pour l'accueil au port et services aux plaisanciers (manœuvre, sécurité, infos pratiques) Création d'emploi – formation.** La réalisation d'une démarche d'éducation environnementale des plaisanciers et usagers de la mer est structurée et rendu opérationnelle par la mise en place d'un réseau de personnel spécialement formé dans les capitaineries et appelé « Bosco ODYSSEA® ». Les Boscos bénéficient de compétences assurant l'interface entre le port – capitainerie, les plaisanciers et les usagers des loisirs nautiques et ils veillent aux bons comportements éco-citoyens. Ils sont chargés de l'accueil, de l'information, la sensibilisation à la préservation de l'environnement. Ils sont aussi formés aux conseils de navigation, des manoeuvres à la voile ou au motonautisme. Ils délivrent des conseils sur les offres et services de la capitainerie, professionnels du port et de la cité maritime et du terroir rural. Ils bénéficient dans les capitaineries d'équipements innovants d'information-TIC (concept de Comptoir maritime ODYSSEA). Ils assurent le suivi et le fonctionnement de micro-infrastructures technologiquement innovantes comme la production d'énergie électrique pour les usages des ports, la collecte des fusées périmées...
- **Passeport inter-ports/escales ODYSSEA.** Ce document mis en place par bassin de navigation permettra à chaque port de présenter l'offre touristique de sa commune et à 1 h selon le modèle ODYSSEA (itinéraire mer et terre, les 4 escales et les événements). Des actions de commercialisation (produits packagés) devront être mises en place afin de générer de la plaisance et de l'économie sur les différentes communes du programme (restauration, hébergements, producteurs locaux, spectacles...). Il pourra aussi y avoir des produits touristiques associant plusieurs ports pour favoriser la navigation. Sous forme de format papier et/ou électronique, cet outil sera un point fort du marketing des villes partenaires du programme ODYSSEA. Ce passeport devra être consultable et téléchargeable sur les différents sites des villes partenaires et sur ceux des fédérations régionales.



- **Guide portuaire - Guide des professionnels et prestataires nautiques.** Déjà présent dans de nombreux ports le guide portuaire, en plus de valoriser les offres et les services portuaires, les professionnels et prestataires nautiques, devra avoir une partie tourisme comprenant : l'itinéraire mer & terre ODYSSEA, les 4 thématiques d'escale, les événements de la commune et à 1 heure. Il devra aussi comprendre une partie importante sur l'environnement. Si la partie tourisme se fera en relation avec l'Office de Tourisme, la partie environnement devra se faire avec les associations locales, départementales et régionales. Ce guide devra être consultable et téléchargeable sur les différents sites internet de la ville.
- **Réservation portuaire/gestion dynamique des places.** Selon les différents bassins de navigation, en fonction des choix des fédérations régionales et des ports de plaisance, il sera demandée la mise en place de deux outils au choix concernant la gestion des places au port. Le premier sera un outil de réservation, le second un outil de gestion dynamique des places au port. Dans les deux cas, ces outils devront aider le plaisancier dans ses escales portuaires « ODYSSEA ». Tous ces outils doivent se concevoir et se penser dans le cadre d'une gestion optimisée de l'offre existante.
- **Poteau directionnel : « l'effet réseau ».** Ce poteau directionnel sera installé dans l'ensemble des ports des villes partenaires. L'objectif de ce dernier est de signaler les ports les plus proches (5 à 6 ports) avec la distance en miles, les coordonnées GPS et la thématique culturelle de la cité. Ce poteau va permettre à tout à chacun de connaître les différents ports ODYSSEA et ainsi de matérialiser l'effet réseau. Ce poteau devra tenir compte de l'architecture portuaire et s'intégrer dans l'environnement.



- **Totem d'information sur quai d'accueil ODYSSEA.** Ce totem présent sur le quai d'accueil ODYSSEA permettra à tous les plaisanciers d'avoir les premières informations de la commune dans le cadre du programme ODYSSEA. Mot de bienvenue, thématique culturelle, itinéraire mer & terre, offres et services portuaires... Ce totem d'information devra tenir compte de l'architecture portuaire et s'intégrer dans l'environnement.
- **Signalétique accueil et directionnelle.** Dans le but d'aider les plaisanciers à découvrir toutes les offres et les services réalisés sur le port, une signalétique directionnelle sera mise en place. Cette dernière devra être respectueuse de l'environnement et de l'architecture portuaire. Toutes les capitaineries ODYSSEA devront avoir une signalétique, adaptée à leur architecture, avec pour inscription : Comptoir Culturel Maritime ODYSSEA. Cette signalétique pourra être de différentes formes mais devra comporter, au minimum, cette inscription.



- **Formation et équipements des agents portuaires.** Partie essentielle du programme ODYSSEA la formation. Cette dernière sera à différents niveaux : touristique, environnementale, sur l'accueil, les NTIC, les langues étrangères, les offres et les services... .
- **Moyens de déplacements doux – éco-gare ODYSSEA.** L'éco-gare ODYSSEA est un service qui devra être apporté à la fois aux plaisanciers mais aussi aux clientèles touristiques. Elle devra obligatoirement se composer de véhicules non polluants : vélos, vélos électriques, gyropodes, voitures électriques... Pour ce qui est du côté plaisance/navigation, cette éco-gare permettra aux plaisanciers de découvrir la ville, mais aussi de faire des actions commerciales indispensables à chaque escale (besoin en eau, en nourriture...). Pour ce qui est du côté touristique, cette éco-gare ODYSSEA sera un moyen de découvrir la ville selon l'itinéraire mer & terre ODYSSEA (guide papier, smartphone, tablette numérique, gps). Dans la mesure du possible, la découverte touristique de cette dernière devra se faire avec un guide conférencier formé sur l'offre touristique de sa commune selon l'itinéraire mer & terre ODYSSEA ainsi que sur les discours validés par les groupes de référents (histoire, géographie, environnement, etc.).

- **Espace enfant ludique et environnemental.** Dans chaque capitainerie un espace enfant devra être mis en place. Ce dernier pourra être composé d'une simple table et de chaises. Cet espace devra avoir un panneau, une PLV ou autre support comprenant un texte sur l'environnement compréhensible pour des enfants de 8/10 ans. Des outils environnementaux à destination des enfants pourront être distribués sur ce lieu (document valorisant l'environnement de la commune avec crayons de couleur, jeux sur l'environnement, sur l'histoire de la commune, etc.)

- **Multimédias embarqués pour l'itinéraire culturel mer & terre ODYSSEA, offres et services :** Point clé du tourisme de ce début du 21^{ème} siècle, les NTIC tiennent une part importante dans le programme ODYSSEA. Pour répondre à cette demande, les capitaineries devront avoir à leur disposition des moyens de répondre à cette nouvelle façon de pratiquer le tourisme. En cela chaque capitainerie pourra prêter ou louer différents outils : lecteurs MP3, lecteurs MP4, tablettes numériques, gps... Les agents d'accueil seront aussi formés aux différents outils disponibles dans le cadre du programme ODYSSEA comme le « Carnet de Bord » et le « Carnet de Voyage ». Par le Carnet de Voyage ils pourront aider les plaisanciers à découvrir l'itinéraire mer & terre ODYSSEA de la commune et à 1h. Ils pourront aussi faire l'itinéraire du plaisancier de port en port par le Carnet de Bord et ainsi pré-proposer l'offre touristique ODYSSEA des villes partenaires suivantes.

- **Espace vente de livres, cartes, produits aux plaisanciers.** Il sera demandé de mettre en place dans les différentes capitaineries (ou de référencer un lieu dédié à cela), un espace de vente, de livres et de produits pour les plaisanciers. Cet espace valorisera les différents livres sur la mer, l'histoire de la commune, du département, l'environnement... Le choix des livres vendus (historiques, géographiques, culturels, etc.) pourra se faire en commission avec le groupe référents.

- **Boutique des terroirs et achat web ou commande.** Espace dédié à la valorisation de l'offre gastronomique de la commune et de son itinéraire culturel à 1h, la capitainerie devra avoir une boutique des terroirs. Cet espace s'adaptera à la volonté et aux particularismes de chaque capitainerie. Elle pourra être un espace d'achat avec enlèvement des produits de façon instantanée (régie), un espace de commande avec livraison en 48h maximum à la capitainerie ou dans un autre lieu. Pour cela des tablettes numériques ou des ordinateurs avec connexion internet seront mis à disposition des clientèles afin de favoriser l'acte d'achat et de renforcer ainsi l'économie locale.



- **Borne météo.** Élément indispensable à tous plaisanciers, la borne météo devra être accessible le plus facilement possible. Il sera privilégié une visibilité 24h/24.

- **Espace Art de vivre des plaisanciers.** Espace d'accueil et de services portuaires, la capitainerie doit devenir plus qu'un lieu d'informations mais une véritable halte. Pour cela chaque capitainerie devra mettre en place un espace Art de Vivre adapté à sa configuration. Ce dernier pourra être en intérieur ou en extérieur. Il pourra être à l'année ou démontable (ouvert les mois les plus chargés en clientèle). Il devra être conçu comme un espace de détente où les plaisanciers pourront se rencontrer, discuter, échanger consommer des produits du terroir... (le concept du pool house).

ENGAGEMENT - SERVICES SÉCURITÉ & INFOS PRATIQUES

- **Les Boscocs pour l'accueil au port et services aux plaisanciers sur les services et la sécurité.**
- **La borne météo.**
- **Adresses utiles « sécurité ».** Chaque capitainerie devra avoir de façon visible et facilement accessible une plv, un visuel ou tout autre outil où seront notés toutes les adresses et tous les contacts utiles concernant la sécurité : SNSM, pompiers, police, médecins, pharmacies, etc.

ENGAGEMENT - ACCESSIBILITÉ – LE PORT « DESTINATION POUR TOUS » :

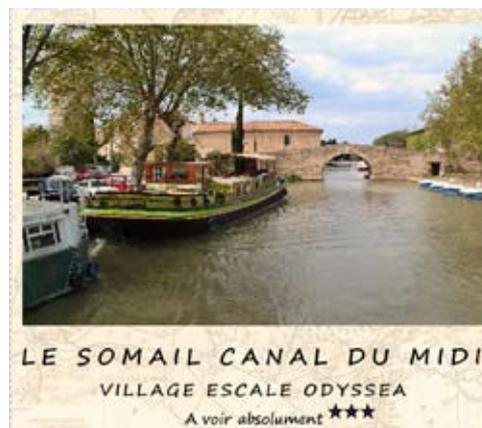
Équipements dédiés aux publics à mobilité réduite et publics sensibles.

Tous les équipements (NTIC) et lieux d'informations devront être accessibles aux personnes à mobilité réduite et aux personnes sensibles. En cas d'impossibilité de le faire, il sera demandé aux capitaineries de mettre à disposition des outils NTIC (tablettes, ordinateurs). Les sanitaires et autres services devront être adaptés aux enfants, femmes enceintes, handicapés, publics à mobilité réduite.

ENGAGEMENTS CULTURE & PATRIMOINE

ENGAGEMENT DU PORT - UN BATEAU « PATRIMOINE » DANS CHAQUE VILLE-PORT ODYSSEA

Le bateau patrimoine a pour objectif de valoriser le patrimoine maritime de la ville labellisée « Patrimoine Phare de la Méditerranée ». Par ce bateau patrimoine, c'est une reconnaissance et une valorisation de l'histoire, de la culture, de l'identité, des us et coutumes, des savoirs et savoir-faire maritimes, fluviale ou lacustres qui sont mises en avant selon différents axes que peuvent être les transports, la pêche, la construction navale, etc. Une réglementation concernant les bateaux « patrimoine » existe. Les villes ODYSSEA s'engageront à respecter cette dernière et travailleront en étroite collaboration avec les associations locales, départementales, régionales et nationales afin de valoriser et préserver ce bateau patrimoine d'intérêt touristique local. Pour cela chaque commune devra choisir un bateau identitaire de son histoire, (un travail sera fait avec un groupe de référents dont la Prud'homie) qu'il mettra en tourisme par des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication : commentaires, mise en images, spectacles autour de ce bateau, etc. Des chantiers de réinsertion pourront être lancés, des commandes faites aux Compagnons de France et autres charpentiers de métier pourront être faites pour réhabiliter ces bateaux patrimoines. Un travail devra être fait en parallèle auprès des écoles locales (séances de travail, explication de l'histoire du bateau...). Ces bateaux patrimoines seront un axe fort du programme culturel d'ODYSSEA car il montre sur un temps présent l'histoire maritime passée de la commune. Des partenariats seront mis en place entre différentes communes ODYSSEA autour de ces bateaux « patrimoine ». Exemple d'une activité économique liée à un bateau patrimoine : la pêche. La pêche locale (petit métier ou autre), véritable histoire nationale puisque des villes ou villages entiers ont vécu en grande partie de cette activité, que cela soit de mer, de rivière et de lagune sera fortement valorisée par la mise en scène des bateaux « patrimoine ». Cette activité a amené à la création de bateaux typiques en fonction des particularités des territoires, de leur positionnement géographique mais aussi de leur influence reçue ou émise tout au long des siècles passés. Ainsi en pays Catalan, il existe les barques catalanes, en PACA les pointus, en Costa Brava le Mare Nostrum, le Brago dans le golfe Adriatique, le bateau Sardinal, le bateau Thonaire... Que cela soit de mer, d'étang ou de rivière, il est possible dans pratiquement chaque ville ou village ayant un port maritime ou fluvial de retrouver un bateau identitaire de la pêche locale. Pour ce qui est du transport ou de la construction les principes de valorisation seront les mêmes. Les principes de valorisation, d'actions et de promotions marines seront les mêmes. Une fois le choix du bateau patrimoine effectué, chaque commune le mettra en un lieu central de la vie du port de plaisance accessible à la population locale et à la clientèle touristique. Le bateau patrimoine apportera à chaque port de plaisance partenaire du programme ODYSSEA le symbole culturel et l'attachement de la commune à ce patrimoine.



ENGAGEMENT DU PORT - LE MUSÉE DE LA MER « COMPTOIR CULTUREL MARITIME » OU DES VOIES NAVIGABLES POUR UNE MUSÉOGRAPHIE ADAPTÉE À LA CAPITAINERIE, MAIS AUSSI UN POINT DE DÉPART DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL CÔTÉ MER ODYSSEA.

Dans les différentes capitaineries des villes « Patrimoines Phares de la Méditerranée », un musée valorisant l'identité locale à travers l'histoire, la culture, les connaissances, les savoirs et savoir faire, les contes et légendes des Hommes et Femmes de la mer, des rivières ou des lagunes devra être mis en place. Ce musée - Comptoir Culturel Maritime - s'adaptera à l'espace disponible au sein de la capitainerie et valorisera par l'utilisation des Nouvelles Technologies l'histoire maritime de la commune, afin de voir et de raconter ce qui est du passé et du présent. Il devra être conçu en collaboration avec les associations locales, départementales, et régionales.



Des recherches iconographiques, des interviews, des achats de films, de photos seront réalisés. Ce musée devra être pensé comme un point de départ à la découverte de l'itinéraire culturel côté mer ODYSSEA. Les thématiques culturelles présentes et expliquées devront se retrouver dans les Lectures Paysagères Culturels Racontées en mer. Ce musée de la mer ou des voies navigables devra se visiter de façon virtuelle sur les différents sites internet de la ville « Patrimoine Phare de la Méditerranée » : Office de Tourisme, Capitainerie et sur le portail ODYSSEA. Pour cela des photos interactives seront réalisées pour des visites virtuelles à 360°. Mis en réseau sur le portail ODYSSEA, ces différents musées de la mer ou des voies navigables seront des outils d'attractivité des communes développant le modèle territorial ODYSSEA. Si une capitainerie par sa structuration n'offrirait pas la possibilité de créer un musée, la commune, pourrait l'installer dans un autre lieu. Ce dernier devrait alors se trouver sur le port de plaisance ou à proximité.

ENGAGEMENT DU PORT - L'ITINÉRAIRE CULTUREL DE LA MER OU DES VOIES NAVIGABLES : BOUÉES ET BALISES NUMÉRIQUES.

Pour être labellisées « Patrimoine Phare de la Méditerranée - de l'Atlantique... », les cités ODYSSEA doivent réaliser un itinéraire culturel côté Mer & côté Terre. L'itinéraire culturel côté Mer raconte, par la mise en place de bouées, de balises numériques ou de points GPS grâce à l'utilisation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication, l'histoire de la commune à travers ses plus beaux paysages maritimes. Par l'analyse géographique de ces Paysages Culturels Racontés Maritimes, c'est toute l'histoire maritime de la commune qui est racontée : la culture, les identités locales, les us et coutumes, les savoir et savoir-faire, les contes et légendes des gens d'ici. Tous les lieux des Paysages Culturels Racontés Maritimes sont géopositionnés sur les différentes cartes ODYSSEA. Pour écouter ou voir ces Paysages Culturels Racontés Maritimes, les plaisanciers et autres clientèles touristiques pourront utiliser différents outils :



- En composant un numéro de téléphone dont le coût est compris dans leur forfait.
- En Utilisant les QR Codes mis à disposition sur les tablettes et sur le guide de l'itinéraire culturel de la commune et de son territoire de projet.
- En téléchargeant les audios et les vidéos disponibles sur les différents sites Internet (Portail ODYSSEA – Atlas ODYSSEA – site Internet de l'Office de Tourisme, la Capitainerie...).
- Par Internet sur son téléphone avec la web-app de la cité ODYSSEA.
- Par les applications (iPhone et Android) de la cité pilote téléchargeable sur son téléphone.
- Par la location d'outils technologiques embarqués (iPod, iPad et autres tablettes numériques).

Afin de valoriser au mieux l'itinéraire culturel de la mer / voies fluviales via ces Paysages Culturels Racontés, il sera proposé un partenariat à tous les loueurs de bateaux, au bateaux de promenade, les écoles de plongée... à tous ceux qui ont un lien avec la mer ou les voies navigables.

ENGAGEMENT DU PORT - LE LAND ART SUR LE PORT, À L'OFFICE DE TOURISME : FAIRE DES ESPACES PUBLICS UN LIEU ARTISTIQUE ET DE VALORISATION CULTURELLE.

Parce que l'imaginaire a droit de cité dans une ville-port, ODYSSEA a choisi la capitainerie comme lieu d'expression de son histoire maritime. En devenant un véritable Comptoir Culturel Maritime, la capitainerie met en scène la destination dans sa dimension historique, culturelle... Au travers d'expositions artistiques, de projections d'images, de Land art... et facilite également la compréhension des offres et services du territoire. Elle offre aux plaisanciers les moyens de profiter au mieux de la destination.

Dans les différents ports des villes labellisées ODYSSEA, sur les quais, une exposition sous forme de Land'Art devront être installés afin de valoriser l'histoire maritime de la commune au sein de son bassin de navigation. Ces derniers devront inscrire la commune dans la grande histoire de la Méditerranée. Chaque commune devra montrer qu'elle possède des liens culturels avec d'autres communes méditerranéennes que cela soit par son patrimoine maritime ou autre : Gruissan avec Rome et son port antique d'Ostie, Agde et la Grèce par les Comptoirs Grecs, Sanary avec l'empire Ottoman par les phares et balises de Michel Pacha ou encore la plongée sous-marine par les Mousquemers, Macinaggio avec l'Archipel toscan...

Ces Land art, en plus de valoriser une offre touristique, seront une véritable reconnaissance pour la ville « Patrimoine Phare de la Méditerranée » ; un moyen de signer des jumelages et des politiques de coopération avec les villes mises en avant par ces derniers. Ces Land art devront être « intelligents » et « vivants » par la mise en place d'outil NTIC. Intégration ou location de tablettes numériques, de QR Codes. Des animations culturelles, des échanges scolaires, des rencontres culturelles pourront être mises en place au travers de ces Land art. Leur contenu (écrits, photos, vidéos) devra amener la clientèle touristique à comprendre, que la Méditerranée est une mer de mélanges et rencontres. Il devra aussi amener les différentes clientèles à se rendre dans les lieux de l'itinéraire culturel mer & terre ODYSSEA de la

commune et à 1 h pour découvrir les différents endroits touristiques qu'évoquent les Land art. Ces derniers pourront, dans un but final, par une mise en marché, devenir des produits touristiques. Départ de Sanary pour découvrir l'ensemble des phares et balises de Michel Pacha. Départ d'Agde pour découvrir les vestiges des Comptoirs Grecs, de Macinaggio pour visiter l'archipel Toscan et les villes-ports partenaires du programme ODYSSEA en Toscane.

ENGAGEMENT - TOTEMS DE VALORISATION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL CÔTÉ MER ODYSSEA.

Dans les différents ports des villes labellisées « Patrimoine Phare de la Méditerranée », devant les capitaineries, des totems représentant l'itinéraire culturel ODYSSEA côté mer de la commune seront installés. Chaque totem dit « intelligent » (intégration de NTIC) devra valoriser une Lecture Paysagère Culturelle Racontée en mer afin de permettre à tous ceux ne pouvant pas pratiquer l'itinéraire côté mer de découvrir du port les plus beaux paysages maritimes définis par les Paysages Culturels Racontés ODYSSEA. La communication de sensibilisation à l'écologie et à la protection de l'environnement est aussi une communication à retrouver sur les totems.



ENGAGEMENT DU PORT - VALORISATION CULTURELLE ET TOURISTIQUE DE LA COMMUNE - PORT

Au départ de chaque capitainerie, des outils informatiques (ordinateurs, écrans tactiles, tablettes numériques) devront être mis en place dans le but de valoriser l'itinéraire côté Mer & côté Terre de la commune : carte interactive avec les Points d'Intérêt touristique (POI) référencés ODYSSEA : les 4 thématiques d'escales ODYSSEA, les événements, les offres et les services touristiques de la commune et à 1 heure. En fonction de la configuration du port de plaisance, des bornes extérieures, tactiles ou non, fonctionnant 24h/24 pourront être installées sur l'ensemble du port de plaisance. Des formations pour les agents d'accueil portuaires en collaboration avec les agents d'accueil des Offices de Tourisme seront mises en place afin d'apporter le maximum d'informations touristiques à la clientèle de la plaisance. Les agents d'accueil seront aussi formés au NTIC ODYSSEA d'itinérance « Carnet de Bord » et « Carnet de Voyage » pour apporter le maximum de services aux usagers des ports de plaisance.



CHARTRE QUALITÉ ODYSSEA POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES TERRITOIRES PORTUAIRES

L'OFFICE DE TOURISME EXEMPLAIRE : LE COMPTOIR CULTUREL D'INFORMATION ODYSSEA

Contributeurs : Christine Stéfanini, Judicael Chasseuil, Philippe Calamel, GEC Odyssea - Jean-Claude Méric, Office de Tourisme de Gruissan

L'Office de Tourisme est l'épicentre de l'itinéraire culturel de la commune.

Dans chaque cité portuaire, l'objectif est de formaliser des espaces d'accueil et d'information, des hauts lieux modernes d'accueil, de promotion des nouveaux services, de valorisation et d'interprétation de l'itinéraire mer et terre de l'ensemble des escales, étapes du territoire, en référence à l'histoire et l'identité du territoire.



L'OFFICE DE TOURISME, L'ESPRIT DU COMPTOIR CULTUREL D'INFORMATION ODYSSEA

L'office de tourisme - Comptoir culturel d'information est un point d'ancrage, un point de fixation à l'échelle communale, locale et régionale.

A l'échelon de la ville portuaire, l'aménagement de cet espace doit permettre de reconquérir d'abord la substance, les habitants et les activités du bourg centre mis à mal par le développement des quartiers périphériques constitués le plus souvent d'un habitat de résidences secondaires ou de quartiers non attractifs en termes de valorisation touristique.

C'est un projet qui doit s'inscrire dans le renouvellement des centres urbains permettant ainsi prioritairement aux habitants de se réapproprier les lieux. C'est également un projet qui place l'histoire de la commune au cœur du développement local. En révélant l'identité, les paysages, la culture locale, les traditions orales, on va pouvoir donner de la lisibilité à des espaces confidentiels de la ville.

Par leurs nouvelles fonctionnalités et les contenus historiques, culturels, environnementaux qu'ils développent, les Comptoirs culturels d'Information ODYSSEA doivent permettre à chacune des cités de rationaliser les fonctionnalités urbaines et de mettre en lumière les potentialités touristiques de l'ensemble des zones de la commune.

L'office de Tourisme, un équipement attractif à l'échelle locale et régionale

Conformément au concept ODYSSEA, la zone concernée par cet équipement dépasse les limites communales. Cette zone est qualifiée dans la phase initiale de territoire de projet. C'est la zone dans laquelle des relations physiques (une vallée, un cirque naturel...), historiques (un ancien fief, une frontière...) ou encore économiques (des mines, une production agricole spécifique...) ont été ou sont encore privilégiées. Les comptoirs culturels et d'Information doivent devenir des points d'information et de découverte privilégiés du littoral, vers l'Hinterland et de tout le terroir environnant.

Dans le cadre du projet d'aménagement de ses Comptoirs culturels, la cité devient l'épicentre de tout le territoire. La réalisation d'un itinéraire culturel au départ de la commune viendra faciliter le flux du littoral vers l'arrière-pays. La politique de mise en valeur des sites touristiques sur tout le territoire préalablement identifié doit servir d'appui et venir conforter le positionnement de « tête de pont » de la ville portuaire.

Moderniser l'office de Tourisme, un concept novateur et un équipement nouveau pour la commune

Le Comptoir culturel est un concept, une nouvelle forme d'envisager la valorisation touristique d'un lieu en lien avec l'entité territoriale qui l'entoure et la concrétisation de cette idée dans un cadre défini.

Le numérique au service des offices de Tourisme « Comptoir culturel d'accueil et d'information ODYSSEA »

Les études récentes en matière de développement touristique montrent la nécessité d'investir de nouvelles formes d'accueil des clientèles touristiques, incluant un aspect ludique, attractif, pédagogique, et les nouvelles technologies au service de l'information. L'ère du numérique a fait profondément évoluer la notion d'information, de service et d'accueil dans l'office de tourisme. Le modèle ODYSSEA s'engage dans cette innovation. Le Comptoir culturel est un espace multimédia d'information, de connaissance, de découverte, de réservation. C'est un mélange entre l'office de tourisme traditionnel et le musée du XXI^e siècle. L'accès aux informations doit être ludique, pédagogique, interactif, innovant dans sa présentation et ses fonctionnalités.



C'est le centre névralgique permettant de cristalliser et de rendre lisibles toutes les thématiques fortes du territoire dans une même unité de lieu. Il forme l'articulation entre les différents secteurs d'attractivité du territoire. Le concept développé dans le cadre d'ODYSSEA permettra d'accroître les potentialités de l'espace communal en y intégrant l'utilisation des nouvelles technologies et les moyens de communication les plus innovants.

Les fonctionnalités du Comptoir Culturel d'Information, l'Office de Tourisme du XXI^e siècle

- Le Comptoir culturel sert prioritairement de lieu d'accueil et d'information pour les vacanciers, les plaisanciers, les habitants, et toutes les clientèles qui fréquentent la cité portuaire.
- Il permet d'optimiser l'accueil des voyageurs et leur itinérance en les orientant vers des itinéraires de découverte des sites par mer (plus beaux mouillages, escales nautiques de lecture de paysage marin, sites de plongée, GR de la mer...), ou par voie terrestre que ce soit à pied, à vélo ou en voiture (sites de lecture de paysages, plus beaux panoramas, petit patrimoine remarquable...) avec comme objectif la valorisation des richesses culturelles, patrimoniales, paysagères et les savoir-faire de tout le territoire de projet.
- Il favorise l'utilisation de nouvelles technologies de l'image, de l'information, de la communication et facilite l'accessibilité de l'ensemble du territoire au plus grand nombre : bornes internet de téléchargement des itinéraires, GPS en location libre-service, écrans tactiles à disposition... sont également pensés pour diffuser toutes les informations touristiques et pratiques et donc répondre aux attentes des visiteurs.
- Le Comptoir culturel du territoire avec la création de scénographies audiovisuelles innovantes (courts métrages, clips, films d'animation, sons et lumières...) et spectaculaires (écran géant, écran tactile, utilisation de l'image 3D, incrustation de réalité augmentée...) et en utilisant tous les supports créatifs : photos, BD, images virtuelles, films anciens, musiques originales... est l'espace incontournable et original de présentation de l'identité du territoire.
- Le Comptoir culturel est une « vitrine » pour la valorisation du patrimoine culturel par la mise en place d'espaces muséographiques traditionnels revisités et théâtralisés, la tenue d'expositions temporaires ou permanentes, la présentation ou la vente de produits locaux.
- **Un vrai service à la population locale** : Le Comptoir culturel crée des services spécifiques pour la population locale : espace numérique, billetterie, visites adaptées, événements... L'OT prend en compte l'envie et les besoins des habitants pour une meilleure connaissance de leur culture et de leur patrimoine. Ils sont des ambassadeurs de leur territoire et l'OT est leur maison. Il facilite l'accueil des nouveaux arrivants, et développe les réseaux sociaux dans une logique de club d'ambassadeurs et d'appropriation du patrimoine local.



ENGAGEMENTS ET OBJECTIFS GÉNÉRAUX - NORME «OFFICE DE TOURISME DE FRANCE»

OBJECTIFS GÉNÉRAUX – NORME OFFICE DE TOURISME DE FRANCE

Les engagements de l'office de tourisme :

- La relation avec les professionnels de la destination qui se développe à travers la mission d'animation et de coordination des entreprises et partenaires impliqués dans le développement touristique du territoire, selon l'ampleur des missions librement déléguées à l'office de tourisme par la collectivité territoriale de rattachement et auxquelles se rapportent des critères relatifs aux outils et à l'activité de l'office ;
- La relation avec la clientèle touristique qui exprime la promesse de qualité de service qui s'attache à la catégorie de classement à laquelle appartient l'office de tourisme reflétée par les critères décrivant l'accès à l'information, l'ambiance des lieux et la compétence des agents affectés notamment aux fonctions d'accueil et d'information.

L'accueil est accessible par tous et de qualité

L'espace d'accueil de l'office de tourisme est facile d'accès. Il se situe à proximité immédiate des flux touristiques. Il est signalé par une enseigne visible depuis la voie publique.

L'agencement des locaux facilite le déplacement des visiteurs et l'accès à l'information. Le mobilier permet aussi de s'asseoir.

L'information touristique est accessible gratuitement via un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'office de tourisme.

Les périodes et horaires d'ouverture sont visibles à l'extérieur de l'espace d'accueil de l'office de tourisme, sont présentés dans les brochures à large diffusion, dans les messages des répondeurs ou standards téléphoniques ainsi que sur tout site internet dédié à l'office de tourisme, en au moins une langue étrangère.

L'office de tourisme doit s'engager à ouvrir son espace d'accueil au moins cent vingt jours par an, dont le samedi et le dimanche obligatoirement, en période de fréquentation touristique. Il est également ouvert en sus lors des manifestations événementielles sur sa zone géographique d'intervention.

Il existe un service bilingue permanent d'accueil pendant les horaires et périodes d'ouverture de l'espace d'accueil de l'office de tourisme. La fonction et les langues parlées du personnel d'accueil sont identifiées sur un badge.

Il existe un site internet trilingue avec un nom de domaine dédié à l'office de tourisme, mis à jour et adapté à la consultation via des supports embarqués. L'office de tourisme offre la possibilité de consultation des disponibilités pour tous les modes d'hébergements classés et référencés par lui et les partenaires du dispositif de mise à jour des disponibilités sur sa zone géographique d'intervention en dehors des horaires et périodes d'ouverture.



L'office de tourisme propose un service d'information touristique intégrant les différentes technologies de l'information et de la communication, notamment les réseaux sociaux, la téléphonie mobile, la géolocalisation.

L'office de tourisme met en place un dispositif de collecte et de traitement des réclamations et organise l'étude de la satisfaction des clients sur les différents services qu'il propose.

L'office de tourisme est organisé pour rendre possible la production ou la vente de forfaits touristiques individuels ou de groupe.

L'office de tourisme dispose d'un système de gestion de l'information organisé et informatisé permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser une information maîtrisée et validée sur l'offre touristique locale.

L'office de tourisme développe une démarche de qualification de l'offre par thématique affinitaire, par centre d'intérêt ou par concept, ou par période, ou par prix, ou par localisation ou par type d'hébergement ou par cible.

L'office de tourisme met en place des actions d'animation du réseau des acteurs touristiques locaux, notamment la tenue de réunions de restitution avec les socio-professionnels.

L'office de tourisme tient à jour un tableau de bord de l'offre touristique de sa zone géographique d'intervention.

L'office de tourisme tient à jour un tableau de bord de la fréquentation touristique locale, notamment du nombre de visiteurs accueillis à la fréquentation du ou des sites internet et la fréquentation des hébergements touristiques marchands classés de sa zone géographique d'intervention.

L'office de tourisme gère et met à disposition des données économiques et marketing sur l'activité touristique développée dans zone géographique d'intervention.

L'office de tourisme réalise des actions internes basées sur les principes du développement durable.

L'office de tourisme met en oeuvre des actions de sensibilisation des touristes et des acteurs touristiques locaux en matière de protection de l'environnement.

ENGAGEMENTS SPÉCIFIQUES DES COMPTOIRS CULTURELS D'INFORMATION ODYSSEA®

Culturels

- Développer un tourisme et des équipements structurants qui soient d'abord au service de la qualité de vie des habitants de la zone.
- Faire émerger le caractère spécifique identitaire de la commune au regard des communes environnantes.
- Appuyer le développement de l'activité touristique sur l'attractivité des sites et patrimoines naturels, des paysages, des savoir-faire locaux.

Environnementaux

- Respecter dans son projet d'aménagement une logique de Haute Qualité Environnementale.
- Organiser un rapport plus respectueux de l'environnement et éviter les conflits d'usage.
- Développer les itinéraires cyclables en cohérence avec le maillage départemental et régional.
- S'appuyer sur les chartes et plans qualité existant sur le territoire.
- Intégrer l'aménagement touristique dans les paysages environnants.

Économiques

- Faciliter la découverte de l'arrière-pays en améliorant la lisibilité de l'offre par la mise en place d'un itinéraire culturel autour des thématiques d'escaliers/étapes à l'échelon du territoire de projet (intercommunal, agglomération, département...).
- Favoriser l'attractivité de la cité portuaire et l'ensemble de la destination tout au long de l'année par le développement de la fréquentation en moyenne et basse saison (courts séjours, escales...).
- Coupler la mise en œuvre du projet de comptoir culturel avec une offre marketing territoriale renouvelée et adaptée à la population locale, aux différentes clientèles selon les saisons.

Innovation

- Communiquer différemment et utiliser les nouvelles technologies de guidage et d'information à disposition : GPS, MP3, PDA Smartphone, applications iPhone et smartphones, réalité augmentée, écrans tactiles... au service d'une offre culturelle et touristique renouvelée.

ÉQUIPEMENTS, NOUVEAUX SERVICES ET MÉTIERS DE DEMAIN

Équipements de valorisation du patrimoine

- Totems de promotion des escales/étapes et l'itinéraire culturel de la cité
- Carte des sites et de l'itinéraire culturel, POI « escales culture et patrimoine »
- Outils de promotion (meuble carte, bache, totems, l'e-tourisme sur mobile)

Outils au service d'un tourisme responsable et durable

- Eco-gare : mobilité douce
- Campagne éco-geste : totems d'éducation à l'environnement.

Accessibilité

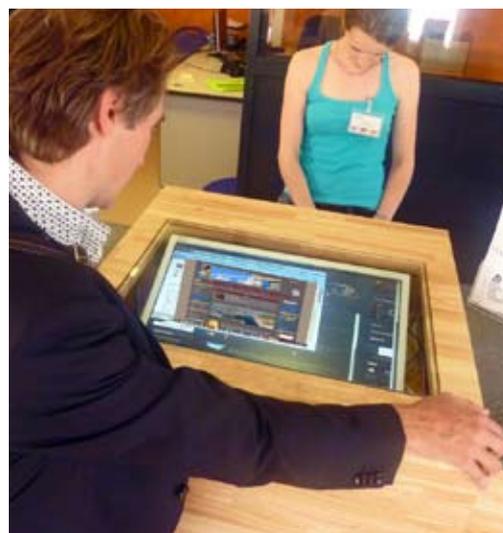
- Équipements dédiés aux publics à mobilité réduite et publics sensibles
- Les TIC – services innovants aux plaisanciers et voyageurs
- Points GPS itinéraire Terre & Mer, identification et tracé : itinéraire, escales, mouillages, étapes, cabotages, services, offres...
- Postes web d'information en libre-service
- Ordinateur & TV pour diffusion des supports multimédias
- Borne Touch de promotion et d'information 24h/24h
- PLV High-Tech promotion, itinéraire, escales « solution ODYSSEA iPad »

Accueil – animations

- Guide d'accueil papier et numérique
- Comptoir-banque d'accueil équipé en outils numériques d'information
- Offres thématiques d'animation autour des escales par saison : concept « Pass'ports Escales ODYSSEA » (nautique – saveurs – culture – art de vivre, nature et découvertes...)

Offres, services & mise en réseau

- Poteau directionnel signalant les cités ODYSSEA de proximité : « effet réseau »
- Espace enfant et ludique
- Multimédia pour itinéraire culturel, offres et services : applications Iphone, Smartphone...
- Espace vente de livres, cartes, produits aux vacanciers
- Signalétique accueil et directionnelle
- Boutique des terroirs et achat web ou commande
- Formation et équipements des agents d'accueil
- Conseiller multimedia (Création d'emploi) : Création de postes au sein des Offices de Tourisme pour assister le choix des publics à l'aide des outils multimédias développés dans le cadre du programme ODYSSEA : tables et écrans tactiles (sélectionner les escales/étapes de l'itinéraire culturel, construire un itinéraire, réserver une activité, télécharger des commentaires...), écrans Touch (faciliter l'accès autonome aux offres et services de la cité), Totems de l'itinéraire culturel (accompagner les publics à l'appréhension de la dimension culturelle, paysagère et historique de la cité et favoriser l'itinérance et le maillage du territoire)



CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 3

Marketing

Innovations & Investissements

Contributeurs : Philippe Calamel, GEC ODYSSEA - Grégory Goddard, FFPP

CONTEXTE MARKETING

L'Union européenne est la première puissance maritime mondiale. La plaisance s'est fortement développée en Europe depuis une cinquantaine d'années et continue de se développer au sein des nouveaux Etats membres.

Ramené au nombre de bateaux par personne, l'indice pour les pays nordiques et notamment scandinaves est plus important que pour la France, l'Italie, l'Espagne et la Croatie qui en revanche absorbent l'essentiel de la plaisance méditerranéenne (80 %).

L'Europe compte plus de 4 000 ports, dont :

- France : 601 ports de plaisance maritimes, fluviaux et lacustres
- Italie : 312 ports de plaisance maritimes, fluviaux et lacustres
- Espagne : 301 ports de plaisance maritimes, fluviaux et lacustres
- Portugal : 19 ports de plaisance maritimes, fluviaux et lacustres
- UPM : 890 ports de plaisance maritimes, fluviaux et lacustres

Les ports de plaisance ont un fort impact sur l'emploi et le développement de l'activité économique des territoires locaux. Le nombre d'emplois directs liés à la plaisance en Europe est de l'ordre de 30 000. et le nombre d'emplois indirects, est de l'ordre de 180 000. Le chiffre d'affaires des ports de plaisance européens est estimé à 3,5 milliards d'euros, dont plus de 20% sont dédiés à l'investissement, la maintenance et au renouvellement des installations. Le poids économique de la plaisance et de la grande plaisance était évalué en 2006 à 10,6 milliards d'euros en Europe par « The European Cruise Council », soit une augmentation de 27% par rapport à l'évaluation annuelle de 2005. Le potentiel du développement de la plaisance en Europe et en Méditerranée est considérable dans un contexte où les ports connaissent des difficultés pour trouver de nouveaux emplacements notamment.

Le tourisme Nautique se caractérise par la nécessité de définir une politique commune concernant les grands bassins de navigation. En mer les frontières n'existent pas et la mise en réseau des ports et régions maritimes de la Méditerranée dans un objectif d'organisation commune et de haut niveau de qualité est une innovation majeure.

La Commission européenne reconnaît l'importance du tourisme maritime et côtier en tant que catalyseur du développement économique. La manière de tirer parti du potentiel de l'industrie nautique et de plaisance pour la croissance économique des îles et des régions côtières et maritimes est une priorité à explorer. C'est l'objectif principal du projet ODYSSEA. L'atlas web des ports et destinations de la Méditerranée et les TIC embarquées permettent de développer des partenariats économiques public / privé et facilitent la structuration de cluster économique.

Le nombre de plaisanciers (7 millions) et ses millions de croisiéristes attestent de l'importance d'une politique intégrée de ce secteur. Selon les dernières études, le succès et le développement de l'activité de croisières et de la plaisance dans une aire de navigation dépend de différents facteurs : attractivité du port de départ/ou d'arrivée, ainsi que de celle de l'aire incluse dans l'itinéraire, la saisonnalité de l'espace concerné...

Il faut reconnaître que le bassin méditerranéen possède toutes les qualités requises. Un espace propice à la navigation en toutes saisons, un marché euroméditerranéen à développer. Le tourisme est de loin le principal générateur de devises et d'emplois dans la région. En 2010, la Méditerranée a reçu près de 300 millions de touristes internationaux (dont 7 millions de plaisanciers, 2% sur la rive sud), ce qui représente 75 milliards de dollars de recettes et un taux moyen de couverture du déficit commercial des pays du sud de l'ordre de 46%. De nature transversale, il bénéficie à l'ensemble des secteurs de l'économie, parmi lesquels certains sont en déclin dans de nombreux territoires (agriculture, pêche, artisanat traditionnel).

En outre, les importantes disparités régionales, notamment Nord/Sud, qui affectent l'espace méditerranéen prennent une dimension nouvelle avec la crise économique et les événements politiques récents dans plusieurs pays du monde arabe. Plusieurs destinations touristiques de la rive sud connaissent un net fléchissement, voire un effondrement de la fréquentation touristique, une crise conjoncturelle grave qui affecte quantitativement et qualitativement l'activité touristique et menace les économies locales. Le projet ODYSSEA va avoir en ce sens un impact au niveau national régional local, car il n'existe pas d'itinéraire culturel maritime qui gomme les effets frontières et mette en réseau les villes-ports.

La consommation moyenne d'un plaisancier est de 200 jours bien supérieure au 50 par touristes traditionnels. Il n'existe pas de portail des ports de la Méditerranée pourtant nécessaire au vu de la pratique des navigateurs de ports en ports et bassin de navigation : ODYSSEA ouvre l'information et la rend accessible grâce à une nouvelle géographie et des services sans frontière et un standard commun. À travers le maillage d'itinéraires et de produits communs aux villes côtières et arrière-pays des deux rives de la Méditerranée, ODYSSEA vise à diversifier et améliorer la qualité de l'offre touristique dans le but d'accroître la fréquentation en basse saison, les bénéfices économiques et la qualité de vie pour les populations locales.

D'après le FEMISE, 34M d'emplois supplémentaires devront être créés d'ici à 2020. Outre les effets démographiques sur le marché du travail, les problèmes de chômage sont le fait du caractère saisonnier de l'activité et de déséquilibres entre les qualifications et les exigences du marché, notamment dans les PPM.

L'innovation, objectif prioritaire de la Stratégie de Lisbonne et facteur clé pour le développement économique des PPM, est l'une des pierres angulaires du projet. Les actions de sensibilisation, de coopération et de marketing mises en oeuvre induiront une mise à niveau des compétences, susciteront de nouvelles vocations, et impacteront ainsi à terme les systèmes éducatifs des pays partenaires.

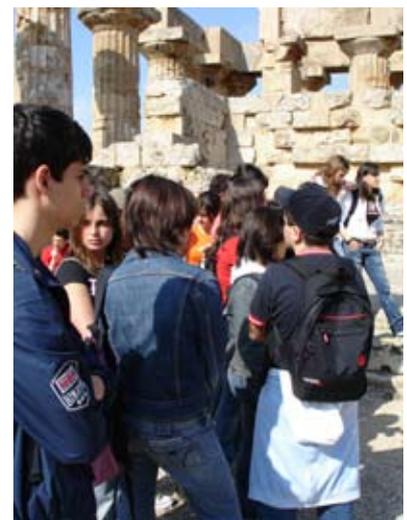
Mieux connectés, les territoires développeront des produits de croisière mais aussi des niches comme le pescatourisme ou l'agritourisme, permettant aux activités traditionnelles de retrouver un second souffle et de susciter la création de nouveaux emplois. Pensé dans une logique de durabilité, le projet va réduire les impacts négatifs des différentes composantes de l'offre touristique en complémentarité des politiques nationales et locales et facilitera l'intégration des territoires dans de telles initiatives au sein d'un réseau euroméditerranéen.

OBJECTIFS MARKETING

LES PUBLICS CIBLES DU PROJET ODYSSEA

ODYSSEA a pour objectif de sensibiliser et intéresser différents types de publics :

- les habitants et les scolaires dans la phase inventaire d'une identité partagée
- la filière nautique dans la phase de structuration de l'escale Nautique
- les filières tourisme, agritourisme, oenotourisme, ainsi que les producteurs locaux et les artisans dans la phase structuration des offres et services des trois autres thématiques d'escales en particulier l'escale Saveurs et Art de vivre.
- les résidents, les vacanciers, les plaisanciers, les groupes... sont concernés par les offres et services qualifiés ODYSSEA
- les plaisanciers et croisiéristes européens
- les vacanciers européens, les jeunes, les universités...
- les groupes thématiques : les comités d'entreprises, les clubs des aînés...



Au niveau professionnel et institutionnel, les bénéficiaires sont :

- les gestionnaires locaux des ports de plaisance mais aussi d'espaces naturels et culturels
- les acteurs du secteur privé (associations culturelles de protection, de sensibilisation...)
- les acteurs du secteur public (autorités publiques, municipalités, structures intercommunales...)

- les professionnels du tourisme et les structures d'accompagnement du développement du tourisme (agences de promotion du tourisme, Unions régionales des ports de plaisance, FROTSI, marque touristique de qualité, Gîtes de France...)
- les entreprises artisanales (artisans et producteurs locaux, les coopératives de production...)
- les bureaux d'ingénierie et les entreprises pour les équipements et investissements.

Principaux résultats escomptés du plan marketing

Création d'offres de destination autour des 4 saisons :

- Offres et forfaits touristiques thématiques et diversification des produits pour développer une offre touristique de qualité, originale et respectueuse des identités locales et de l'environnement : mer - plaisance, croisière, cabotage, activités de loisirs, sport, tourisme rural, agritourisme et culturel.
- Mieux répartir dans le temps les flux touristiques : lien et organisation Port - Territoire rural (1 heure de voiture). Application de systèmes de services intersectoriels, d'accessibilité et de connectivité : forfaits touristiques, offres des 4 saisons, transports maritimes, mobilités douces et autres accessibilité, formations, offres culturelles et identitaires.

STRATÉGIES ET OBJECTIFS

Dans une société de plus en plus « numérisée », le développement des coopérations, du commerce - en particulier électronique- entre les deux rives de la Méditerranée, facteur d'intégration régionale, nécessite d'instaurer la confiance dans les échanges, un langage informatique commun, le stockage et partage des données électroniques mais également de garantir la sécurité des transactions.

Dans cette stratégie, le modèle ODYSSEA a pour objectif :

- la mise en réseau commune des informations sur les ports et sur les sites du tourisme nautique dans une logique de co-production (les données restent propriété des territoires)
- l'élaboration commune de guides de bonnes pratiques pour les projets de tourisme nautique, et une collaboration en matière de formation, de qualification et d'emploi dans ce domaine
- le recensement des données culturelles, leur numérisation en vue de leur mise en ligne
- la mise en oeuvre du portail touristique méditerranéen ODYSSEA permettant d'assurer des fonctions d'inventaire, de veille et d'information, de promotion collective des destinations, des produits touristiques et favorisant l'échange d'expériences entre les acteurs publics et privés
- l'utilisation du développement du tourisme nautique et de croisière comme « porte d'entrée » importante des pays
- la labellisation ODYSSEA des produits et services nautiques à des fins de promotion commune et de qualité
- l'adoption d'actions coordonnées pour mieux répartir dans le temps et dans l'espace les flux touristiques et améliorer la cohésion territoriale par la diversification des produits (sport, tourisme nautique, rural et culturel...) et en abordant les questions d'accessibilité et de connectivité dans les bassins de navigation
- la valorisation des complémentarités existantes dans le respect de l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil ainsi que la valorisation du patrimoine culturel maritime et identitaire, matériel ou immatériel, et des valeurs traditionnelles
- la structuration commune d'offres et services des cités portuaires ODYSSEA en réseau, organisées autour d'un même modèle de valorisation numérique des patrimoines. Un réseau qui valorise les circuits et itinéraires culturels thématiques à différentes échelles territoriales et dans le respect de l'environnement

LE MARKETING ODYSSEA

Contributeurs : Philippe Calamel, Christine Stéfanini, GEC ODYSSEA - Jean Claude Méric, Thierry Boucher, UVPLR

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. Pour donner envie en donnant à voir : nouveau système d'interprétation, technologies embarquées, téléchargement Podcast, réalités augmentées, Système d'Information Géographique (SIG)... Toucher un nouveau public amoureux des paysages, des cultures et identités locales... Faire vivre le patrimoine et les cultures locales : interprétations ludiques, évènementiels... Et cultiver un sentiment d'une identité et histoire européenne communes.

ODYSSEA est d'abord une valeur ajoutée apportée à la plaisance et aux plaisanciers, avec de nouvelles routes maritimes incitant à la navigation et à la découverte des territoires, tout en s'appuyant sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication. 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 sa ville et son terroir, et ce à un niveau international.

L'APPLICATION DU MODÈLE ODYSSEA CONDITIONNE UNE STRATÉGIE ADAPTÉE AUX TROIS PHASES DE LA CONSOMMATION TOURISTIQUE

ODYSSEA propose des solutions visant à une mise en œuvre d'outils numérisés innovants et partagés au service des opérateurs publics et privés, mais aussi et surtout adaptés aux trois phases de la consommation touristique : avant son séjour / pendant son séjour / après son séjour, grâce à une nouvelle organisation, des solutions TIC et de m.Tourisme.

Les service utilisés avant le séjour :

- Recherche d'informations/comparaison des prix et de la disponibilité ;
- Réservation de la prestation touristique et modification éventuelle ;
- Information en temps réel sur les éventuelles modifications de son voyage ;
- Fidélisation permettant d'accéder à des réductions.

Les service utilisés pendant le séjour :

- Informations sur les points d'intérêt touristique de l'itinéraire Culturel ;
- Localisation d'escalas, d'hôtels ou de restaurants à proximité grâce au GPS ;
- Accès à des contenus enrichis : photos, vidéo, réalité augmentée, afin de découvrir le patrimoine de la destination de façon ludique et bien plus attractive afin de découvrir le patrimoine de la destination.

Les services après le séjour :

- Laisser son avis sur la destination et les prestations ;
- Partager son séjour (photos, vidéos...) et publier son carnet de voyage ;
- Faire partager ses coups de coeur sur les réseaux sociaux ODYSSEA.

Le modèle ODYSSEA engage les destinations dans la conception d'outils innovants :

1. Le concept ODYSSEA d'Office de Tourisme du futur, un Comptoir d'information innovant et exemplaire.

2. Le concept ODYSSEA de Capitainerie du futur : le Comptoir culturel maritime ou fluvial innovant et exemplaire.

3. Le concept ODYSSEA de valorisation et d'interprétation des « Paysages culturels qui parlent », « les Vins, l'Huile d'olive... qui parlent », des innovations au service de l'attractivité des destinations et de la promotion des produits du terroir et de l'artisanat.

4. Le portail web 2 ODYSSEA : un nouveau concept d'atlas de destinations, de géopositionnement des prestataires, des offres, des services, des sites...

5. La plateforme du réseau social d'ODYSSEA à destination des clientèles (carnet de voyage...) et des professionnels associés.

6. Les partenariats médias : photos, cinéma, vidéo, presse...

7. Le développement d'applications e-tourisme sur mobile comme Smartphones, Iphone, GPS...

8. Les TIC de valorisation et d'interprétation du patrimoine, des savoir faire...

9. Le Web Analytic pour évaluer les retours, les impacts, pour observer...



LE MODÈLE ODYSSEA IMPLIQUE LA PROMOTION D'UN ÉCO-TOURISME DES 4 SAISONS ET UNE OFFRE EN RÉSEAU

Une stratégie marketing qui permet :

- d'associer des destinations touristiques et culturelles d'excellence qui s'engagent à travailler sur un territoire de projet intégrant obligatoirement la mer, les fleuves, les ports de plaisance, la cité en lien avec son territoire rural et sa zone rétro-littorale. Une forme innovante de collaboration entre les aires de haute et faible densité, zones littorales et rurales, eaux intérieures et cités de différentes tailles (grandes et petites, urbaines et rurales, du littoral marin et des eaux intérieures) pour partager un même objectif de coopération, de planification conjointe qui intègre une stratégie de promotion commune ;
- d'améliorer les compétences professionnelles des réseaux et filières concernés. La modernisation de l'activité touristique s'accompagnera d'une intensification des efforts pour améliorer les compétences professionnelles des travailleurs de ce secteur, notamment en vue de faciliter leur adaptation aux nouvelles technologies et nouvelles attentes du marché ;
- de promouvoir le développement d'un tourisme durable, responsable et de qualité : développer, sur la base des approches et des outils de NECSTouR et de la Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable, un système d'indicateurs et des outils pour la gestion durable des destinations, des équipements et des produits ;
- d'encourager un allongement de la saison touristique ;
- de consolider et de partager la base de connaissances socio-économiques du tourisme ;
- de mettre en application un modèle de développement territorial durable qui favorise le transfert de résultats positifs obtenus dans le cadre de la diversification de l'offre touristique thématique et des liens entre les différents espaces de développement socio-économique ;

LE PASS'PORT NUMÉRIQUE : L'OUTIL DE MISE EN RÉSEAU ODYSSEA

Contributeurs : Philippe Calamel, Christine Stéfanini, GEC ODYSSEA

Utilisant la technologie de la carte à puce, le Pass'Port numérique ODYSSEA est basé sur la solution de logiciels et services associés spécialisés dans l'optimisation du prépalement et de la fidélisation de clientèle. La carte à puce est porteuse d'un numéro d'identification qui permet d'obtenir des avantages lorsque ses utilisateurs visitent les sites ou achètent dans les adresses recommandées, l'idée étant aussi d'enclencher une fidélisation de la clientèle à travers un système de cumul de points. L'offre numérique ODYSSEA repose sur un langage informatique commun à tous les ports et offices de tourisme, base d'un réel partage des données et source de communication entre les différents réseaux. On assiste avec ODYSSEA à la mise en place d'un modèle administratif de gestion de bases de données libres de droits et permettant une appropriation par les habitants de chaque territoire.



Le Pass'Port mémorise l'ensemble des choix faits autour du port (escales, itinéraire de cabotage, mouillage...) et sur le site de l'office de tourisme : hôtels et chambres d'hôtes, restaurants, produits régionaux, options bien-être, accès aux sites et spectacles touristiques et culturels... Il constitue un Pass VIP donnant un accès privilégié aux autres services proposés sur le parcours du voyageur dans le port, la ville et ses environs. Cet outil mis en place par bassin de navigation permet à chaque port de présenter l'offre touristique de sa commune et à 1 h selon le modèle ODYSSEA (Itinéraire Mer et Terre, les 4 escales et les évènements). Des actions de commercialisation (produits packagés) sont mises en place afin de générer de l'économie sur les différentes communes du programme (restauration, hébergements, producteurs locaux, spectacles...). L'association de produits touristiques émanant de plusieurs ports en lien avec leur territoire est privilégiée pour favoriser la navigation. Sous format papier et électronique, cet outil est un point fort du marketing des villes partenaires du programme ODYSSEA. Le Pass'Port est consultable et téléchargeable sur les différents sites des villes partenaires et sur ceux des fédérations régionales.

Le Pass'Port est mis en place dans le but d'inciter les plaisanciers à naviguer, les encourager à connaître et faire connaître d'autres lieux, d'autres ports et d'autres régions en bénéficiant de nuitées gratuites dans les ports adhérant au réseau.

Le Pass'Port en Languedoc Roussillon organisé par l'UVPLR en partenariat avec la Région « Sud de France » repose sur un principe de portail commun de tous les ports, de mise en ligne commune des fichiers clients plaisanciers, d'échanges d'informations, de promotion commune. Afin de bénéficier d'escales à prix attractif, le plaisancier doit prévenir son port d'attache de son absence, simplement par téléphone ou Internet.

Le système permet aussi :

- la géolocalisation du touriste, la plus naturelle est « à une heure du gsm » (cas de la démarche ODYSSEA, où le visiteur est géolocalisé depuis la capitainerie ou l'office du tourisme du port ODYSSEA),
- la segmentation (au moins famille, couple, seniors, jeunes – une segmentation « lycéens » doit pouvoir être étudiée dans un second temps),
- la définition de la durée du séjour,
- la connaissance du mode de transport des visiteurs (ferroviaire, routier, modes doux, péniche/bateau de plaisance),
- la définition de deux ou trois centres d'intérêt du client (nature, patrimoine, gastronomie, bien-être, aventure...),
- éventuellement, la définition du niveau de dépenses.

UNE INITIATIVE COMPLÉMENTAIRE AU PASS'PORT ODYSSEA : LE PASSEPORT ESCALES

Une croisière déclarée = Une escale offerte

Lancée dans le but de permettre une meilleure gestion des emplacements, la solution Passeport Escales est proposée aux plaisanciers dans 40 ports de Bretagne et de d'Atlantique. Créer 1 000 places de ports supplémentaires par jour pour la saison 2011, voici l'objectif du Passeport Escales initié par la Sagemor.



LE PRINCIPE ?

Le plaisancier qui dispose d'un port d'attache et qui choisit la solution Passeport Escales transmet ses dates de départ et de retour de croisière à sa capitainerie. En échange, il se voit offrir des nuits d'escales dans d'autres ports adhérant au système.

Les informations recueillies permettent au port d'accueillir sur les emplacements provisoirement libérés, des bateaux de passage et même de commercialiser des contrats de courte et moyenne durée. Cette initiative est très appréciée par les plaisanciers en attente d'emplacements.

Actuellement, 40 ports de plaisance proposent le Passeport Escales. Du Dahouët à Port Médoc, en passant par le Crouesty, la Trinité-sur-Mer et l'Île d'Yeu, le plaisancier peut profiter d'escales gratuites en Bretagne et sur la côte Atlantique.

UNE GESTION PAR INTERNET

Depuis 2010, le système de gestion des emplacements est informatisé. Le plaisancier rattaché à l'un des ports du réseau peut obtenir auprès de sa capitainerie le Passeport Escales Numérique. Il pourra ensuite accéder sur Internet à la liste des ports d'escale, déclarer, via son espace personnel, ses différents déplacements et réserver des nuits d'escales.

Le site web permet aux ports :

- de recenser toutes les informations clés pour la gestion des places (départs de dernière minute, retours anticipés, navigations prolongées)
- de sécuriser les transactions et d'automatiser la facturation entre les ports, de favoriser l'élargissement du réseau des ports partenaires, de dynamiser l'image des ports adhérents

Durant l'été 2010, le Passeport Escales a généré 45 000 emplacements. Cela représente la capacité d'un port de 500 places durant toute la saison. Objectif 1000 pour la saison 2011.



SOLUTIONS INNOVANTES DANS LE MODÈLE ODYSSEA

L'USAGE DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION AU SERVICE DE LA VALORISATION ET L'ATTRACTIVITÉ DES DESTINATIONS ODYSSEA

UNE RÉPONSE ADAPTÉE AUX NOUVELLES EXIGENCES DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES

Contributeurs : Christine Stéfanini, Judicaël Chasseuil, GEC ODYSSEA

L'utilisation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication, supports innovants ODYSSEA pour la promotion et la distribution des offres et services, ont deux objectifs : répondre aux nouvelles attentes des clientèles touristiques et protéger l'environnement par une meilleure gestion des supports papier.

Cette action est structurante car Internet représente près de 700 millions d'utilisateurs dans le monde dont 230 millions en Europe. Dans le domaine du tourisme, Internet est d'ores et déjà l'un des supports d'information les plus complets et les plus rapides. Près de 70 % des internautes européens déclarent préparer en ligne leurs voyages.

ODYSSEA ouvre aux territoires engagés la prise en compte d'un fait de plus en plus réel qu'est le développement dans le tourisme des nouvelles technologies et la convergence de plus en plus importante de l'Internet, du mobile et du GPS. En effet, en plus d'une stratégie Internet, ODYSSEA a travaillé à rendre possibles au touriste la réception sur téléphone ou sur GPS des informations touristiques (audio-guide/ où manger, que faire, que visiter...) mais aussi l'accès aux informations historiques, culturelles et de lecture de paysages culturels. Une vraie innovation !

UNE STRATÉGIE NUMÉRIQUE COMMUNE WEB 2.0

Mise en place d'un atlas et d'un portail ODYSSEA en web 2.0

ODYSSEA a choisi de mettre en place deux outils web 2.0 : le portail et l'atlas afin de faciliter la découverte de toutes les régions partenaires de ces bassins de navigation dans l'esprit d'un langage commun et d'un « seul clic ».

- **Le Portail ODYSSEA.** Ce nouveau e-guide de portée internationale, structuré en différents niveaux géographiques (européen, national, régional et local) amène l'utilisateur à découvrir tous les partenaires du programme ODYSSEA en un minimum de clics dans un langage et une charte graphique communs. Le portail assurera la promotion collective et la e-vente des itinéraires, ses offres, ses services en complémentarité avec les webs existants. Il va permettre par des technologies appliquées de s'adapter aux nouveaux comportements des touristes en matière de recherche d'information et de réservation e-travel et d'optimiser l'attractivité du réseau et la reconnaissance des itinéraires culturels et des ports de plaisance par le développement d'une approche croisée par destination/territoire et par cible. Géré et administré par les offices du tourisme et par les capitaineries, ce portail ODYSSEA se met en place de manière collective. Chaque territoire partenaire peut alors valoriser ses offres et ses services comme il le souhaite mais respectant un modèle commun, un langage unique, une charte graphique identique pour tous aux couleurs locales pour faciliter l'utilisation de l'Internaute. De nombreux contenus permettant de pratiquer l'itinéraire culturel Mer & Terre ODYSSEA seront téléchargeables de ce portail.
- **L'Atlas ODYSSEA.** Cet outil s'inscrit dans une volonté de satisfaire l'une des demandes les plus importantes dans les offices de tourisme et les capitaineries : la carte touristique de la commune. La technologie mise en place par ODYSSEA permet non seulement d'atteindre ce but, mais bien plus encore. En raison de la mise en place de couches superposées sur un outil commun (Google Map et/ou Google Earth), la carte touristique de la commune, réalisée par la mise en place de Point d'Intérêt Touristique, est visible par l'internaute au niveau « local », mais s'inscrit dans une stratégie globale – toutes les communes partenaires du programme ODYSSEA sont en effet visibles sur la même carte – la stratégie touristique devient départementale, régionale, nationale et européenne. Des outils innovants tels que le « Carnet de Bord » ou le « Carnet de Voyage » permettent à l'utilisateur de préparer ses vacances selon ses envies, sans changer une seule fois de site Internet. Tout est fait sous le même format et dans un même langage. L'internaute peut ainsi aller de ville en ville, de région en région, de pays en pays, sans changer de site Internet. Il peut découvrir s'il le souhaite toutes les escales Culture de son bassin de navigation ou de son territoire de vacances d'un seul clic. L'intégration des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, entre autres, permet à l'utilisateur une grande diversité d'offres et de produits touristiques.

On compte en Europe plus de 500 millions d'abonnés à un téléphone portable. La croissance exponentielle des SMS et le développement des portables multi-fonctions (smartphones) font de la téléphonie un outil indispensable dans le domaine du tourisme d'itinérance. ODYSSEA capitalise l'accessibilité de plus en plus facile au GPS et fait de cet outil un élément fort du développement d'ODYSSEA afin de répondre au tourisme actuel et à l'organisation de la découverte des itinéraires en devenir.



DES OUTILS D'ITINÉRANCE COMMUNS

- Le téléphone mobile, qu'il soit un téléphone ancienne génération ou un smartphone, tient une place importante dans le programme ODYSSEA. Pour ce qui est des smartphones, ces derniers peuvent être utilisés de plusieurs façons dans la découverte touristique de la commune et de son itinéraire culturel à moins d'1 heure de voiture.
 - A partir d'un simple numéro de téléphone. Afin de donner accès à tous les possesseurs d'un téléphone portable (ancienne génération ou Smartphone) de nombreux outils ODYSSEA telles que les tablettes de lecture paysagère culturelle sont consultables par un simple appel téléphonique. L'ensemble des formats audio est intégré sur un serveur vocal téléphonique automatisé et dédié (PLATEFORME EUROPEENNE ODYSSEA) avec un numéro de téléphone spécifique par site et accessible en plusieurs langues. Le public pourra alors sur simple appel téléphonique (au coût d'un appel local) écouter les commentaires des lieux visités et découvrir les escales et paysages culturels ainsi « racontés ».
 - A partir d'une Web app. Il sera demandé aux communes partenaires de valoriser leur offre touristique - commune et itinéraire culturel à moins d'1 heure de voiture - par la mise en place d'une web application utilisable sur tous les smartphones. Cette dernière demandera à l'utilisateur une connexion internet.
 - A partir d'une application. Selon la volonté de la ville partenaire, cette dernière pourra développer des applications téléchargeables sur l'App Store ou Android Market valorisant son offre touristique selon l'itinéraire culturel Mer & Terre ODYSSEA. Elle pourra se consulter via internet ou hors Internet (tout est intégré dans l'application lors du téléchargement de cette dernière).
- Les lecteurs MP4. Afin de donner la possibilité à toutes les clientèles touristiques de regarder les nombreux films qui sont réalisés dans le cadre du programme ODYSSEA et notamment au travers des Paysages Culturels Racontés Mer & Terre ODYSSEA, des lecteurs MP4 pourront être loués dans les offices de tourisme et dans les capitaineries.
- Les tablettes numériques. Sur le même principe que pour les lecteurs MP4, des tablettes numériques pourront être louées dans les offices de tourisme ou les capitaineries. Prenant une importance de plus en plus grande dans le quotidien, des applications consultables sur les différents tablettes du marché actuel et à venir pourront être créées (iPad, Asus, Sony, Archos...).



- Les GPS touristiques. Outil dédié à l'itinéraire culturel Mer & Terre ODYSSEA, le GPS touristique offre la possibilité à toute clientèle touristique de partir à la découverte de toute l'offre répertoriée par l'office de tourisme à 1h de sa commune. Véritable GPS, cet outil touristique offre la possibilité de déclencher selon des coordonnées GPS des commentaires audio et ainsi permettre à son utilisateur de recueillir, de sa voiture, des informations touristiques selon les quatre thématiques d'escales ODYSSEA (patrimoines, paysages, caveaux vigneron...).

DES SERVICES INNOVANTS AUX PLAISANCIERS ET VOYAGEURS – ESPACE MULTIMÉDIA

La Carte portuaire interactive (ordinateur et tv) pour les agents d'accueil de la capitainerie (comptoir) et sur site web 2.0

Pour un meilleur accueil des plaisanciers, chaque port devra s'équiper d'une carte interactive (modèle GEODYSSEA) matérialisant les quais et les pontons ainsi que les services portuaires (valorisation des professionnels nautiques, prestataires touristiques, commerces de première nécessité, géopositionnement des wc, parking, avitaillement, zone de carénage, une gestion des déchets ménagers et tri sélectif, gestion des déchets chimiques, récupération des eaux usées...). Cette dernière sera visible sur le site du port de plaisance, de l'office de tourisme et sur le portail ODYSSEA. Des photos interactives innovantes (180°, 360°) seront réalisées permettant aux plaisanciers de positionner, sur le port, les offres et les services portuaires. Cette carte interactive devra avoir un lien avec l'itinéraire côté Mer de la commune (POI, navigation, Itinéraire de la mer, bouée, balise géopositionnée, calcul des distances, etc.). Dans la mesure du possible, l'ordinateur qui servira à l'utilisation de cette carte devra être relié à une télévision derrière la banque d'accueil. Les outils s'adapteront en fonction de la configuration de la capitainerie : tablettes numériques. Une formation pour les agents d'accueil portuaires sera effectuée pour l'utilisation de cette carte portuaire interactive.

- **La Webcam des différents centres d'intérêt du port et vues des pontons**

La mise en place de webcams dans différents endroits du port de plaisance doit amener un attrait touristique à ce dernier et à la commune dont il dépend. Ces webcams permettront aussi aux plaisanciers de voir en temps réel le port et leur bateau. Elles seront visibles sur le site de l'office de tourisme, du port de plaisance et sur le portail ODYSSEA, à la page correspondant à la commune partenaire ODYSSEA. Mises en réseau les unes avec les autres, elles permettront en temps réel de voir la vie d'un port de plaisance de n'importe quel endroit dans le monde.

- **Le Wifi sur le port et à la capitainerie.** La mise en place d'outils NTIC est liée à l'un des axes principaux du développement touristique du modèle ODYSSEA, et afin de répondre aux demandes des plaisanciers, chaque port et chaque capitainerie devront être équipés d'un système wifi permettant aux utilisateurs des ports de plaisance d'avoir une connexion Internet 24h/24. Cette dernière pourra être gratuite ou payante selon les ports.

- **La borne Touch de promotion et d'information 24h/24.** Chaque capitainerie devra s'équiper, à son échelle, d'une borne de promotion et d'information accessible 24h/24 à proximité de la capitainerie. Cette dernière devra, en plusieurs langues, donner des informations à destination des plaisanciers : météo, informations nautiques, informations touristiques...



- **Les postes web d'information en libre-service.** Ces postes informatiques feront partie de l'espace multimédia de la capitainerie. La capitainerie devra s'équiper d'un ou plusieurs postes informatiques à destination des plaisanciers en libre-service et gratuits pour les sites d'information de la commune et du programme ODYSSEA.

- **L'ordinateur & la TV pour diffusion des supports multimédia.** En fonction de la superficie de la capitainerie, il sera demandé d'installer un ordinateur connecté à une télévision afin de permettre aux plaisanciers d'avoir un outil de diffusion des supports multimédia de la commune et de son itinéraire culturel : photos, documents vidéo ou audio de l'itinéraire culturel Mer & Terre ODYSSEA.

- **La PLV High-Tech promotion, itinéraire, escales et cabotages.** Devenant Comptoirs Culturels Maritimes, les capitaineries ODYSSEA s'équiperont de PLV (totems) où seront intégrés des outils NTIC (écrans photos vidéos, tablettes numériques...). Ces outils devront assurer la promotion de l'itinéraire Mer & Terre ODYSSEA par une mise en avant des Paysages Culturels Racontés et des escales ODYSSEA.

UN NOUVEAU CONCEPT DE VALORISATION ET D'INTERPRÉTATION DES PAYSAGES CULTURELS, DES SAVOIR-FAIRE ET DE L'IDENTITÉ LOCALE

« LES PAYSAGES QUI PARLENT » : UNE INNOVATION POUR VALORISER LES SAVOIR-FAIRE ET LES IDENTITÉS LOCALES PAR L'APPORT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES.

Prologue : Pour une lecture des paysages méditerranéens - Contributeur : Eleonora Berti, IEIC

« Bien plus encore qu'au climat, à la géologie, au relief, la Méditerranée doit son unité à un réseau de villes et de bourgs précocement constitué et remarquablement tenace ; c'est autour de lui que s'est construit l'espace méditerranéen. Les villes ne naissent pas de la campagne mais la campagne des villes ».

Le paysage euro-méditerranéen est caractérisé par une forte dynamique anthropique qui a connu différentes phases depuis des millénaires.

Pour lire le paysage des côtes il faut tout d'abord changer de regard : si généralement le paysage est lu depuis un point ou un chemin terrestre, dans le cas des paysages maritimes, le point de départ d'une analyse paysagère efficace, qui permet d'en comprendre les caractères structurants, doit être la mer.

Dans la plupart des cas, c'est grâce aux routes maritimes et aux trafics économiques qui s'y sont développés que les villes-ports ont été fondées et ont ainsi organisé un système complexe de relations qui structure les paysages de la Méditerranée.

Les structures géographiques, sur lesquelles les différentes communautés humaines se sont établies dans le bassin méditerranéen, ont été modifiées et adaptées selon les besoins de chaque communauté à travers une série de processus qui se sont stratifiés, pour constituer la multiplicité des paysages visibles aujourd'hui.

Les principales transformations qui ont marqué les paysages euro-méditerranéens peuvent être individualisées d'un côté en prenant en compte les étapes historiques, de l'autre côté en analysant l'évolution et les effets des processus socio-économiques.

D'un point de vue historique, trois grandes étapes évolutives peuvent être considérées : la construction, la découverte, la consommation (AYMARD. « La Méditerranée » coll. Champs Flammarion).

La construction initiale des paysages des littoraux a dû prendre en compte les barrières physiques et a provoqué, de la part des populations résidentes, d'un côté des transformations (là où cela était possible, par exemple à travers la déforestation des zones adaptées à l'établissement de villages) et de l'autre côté, une adaptation conséquente aux conditions morphologiques. Cela a provoqué également la structuration de formes de paysage devenues typiques, comme par exemple l'aménagement en terrasses des versants escarpés, qui a permis le développement des cultures dans des zones difficiles, ou la fondation de villages et bourgs accessibles seulement de la mer.

Le développement du tourisme balnéaire, qui a touché les littoraux maritimes tout au cours des XIX^{ème} et XX^{ème} siècles, a généré une idéalisation des paysages maritimes et la nécessité d'y installer des établissements pour accueillir les nouveaux résidents, qui ont établi une nouvelle modalité de valorisation identitaire du paysage : le paysage maritime passe d'objet de répulsion à objet du désir.

Dans ce processus, les rapports de continuité physiques-environnementaux, socio-économiques et fonctionnels établis depuis toujours entre ville-port et arrière-pays, changent. Sur ces rapports d'interdépendance et de transversalité prévaut le développement d'une urbanisation des littoraux qui simplifie les rapports entre les espaces et qui génère une sorte de coulisses linéaires le long des côtes, avec la prédominance de la dimension longitudinale.

C'est le long des côtes que les activités économiques et de production se concentrent.

Ce processus, lié à l'exploitation des côtes et à l'urbanisation parfois incontrôlée, a porté à une artificialisation du paysage, à une forte anthropisation des littoraux, à la création du Med Wall, une barrière presque continue tout autour la Méditerranée, qui comporte des dangers du point de vue écologique, esthétique, perceptif, et qui a provoqué la perte des liaisons fondamentales entre mer et terre, côte et arrière-pays, ainsi que la dégradation des systèmes dunales et des zones humides. Cette pression anthropique concentrée le long des littoraux a provoqué une déruralisation de l'arrière-pays généralement caractérisé par une économie d'élevage et agricole, et l'abandon des campagnes. Le processus d'artificialisation intéresse aujourd'hui plus de 70% des côtes en Espagne et en Italie et 60% en France (BENOIT G., COMEAU A., A sustainable Future for the Mediterranean. The Blue Plan's Environment and Development Outlook (2005), Earthscan, London, en SALIZZONI E., "Paesaggi Protetti", Laboratori di sperimentazione per il paesaggio costiero mediterraneo.)

La nécessité de comprendre les paysages maritimes dans toute leur complexité doit prendre en compte toutes les composantes du

système holistique du paysage. Selon la définition de la Convention Européenne du Paysage, ouverte à signature aux Etats membres du Conseil de l'Europe le 20 octobre 2000 à Florence : « Paysage désigne une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interrelations. »

La prise de conscience de la valeur du paysage comme lieu où l'identité individuelle et collective se développe et partie lui-même de l'identité, de l'importance du patrimoine lié au quotidien, un patrimoine banal, ordinaire, partie intégrante des habitudes des communautés, porte à faire rentrer dans la catégorie patrimoine culturel des typologies de biens qui n'étaient pas considérés comme dignes de protection et d'attention.

Et encore : « Le paysage... composante essentielle du cadre de vie des populations, expression de la diversité de leur patrimoine commun culturel et naturel, et fondement de leur identité. »

Les paysages euro-méditerranéens sont caractérisés par un patrimoine matériel commun, tel que les bâtiments, les terrasses, certains aménagements du territoire, que nous trouvons en suivant la ligne des côtes. De la même manière, le patrimoine immatériel fait partie de ce système identitaire, comme dans le cas des traditions orales, les fêtes et les célébrations, les contes et les légendes liées à la mer et aux personnages imaginaires. Les bateaux bâtis dans les différents ports de la Méditerranée sont adaptés du point de vue technique, fonctionnel et des matériaux, aux besoins et aux ressources de chaque territoire. Les différentes typologies de bateaux correspondent aux diverses modalités de navigation, de cabotage ou de mer ouverte, dictées par les usages mais aussi par la morphologie des côtes. Les techniques et les bois utilisés changent en fonction des lieux.

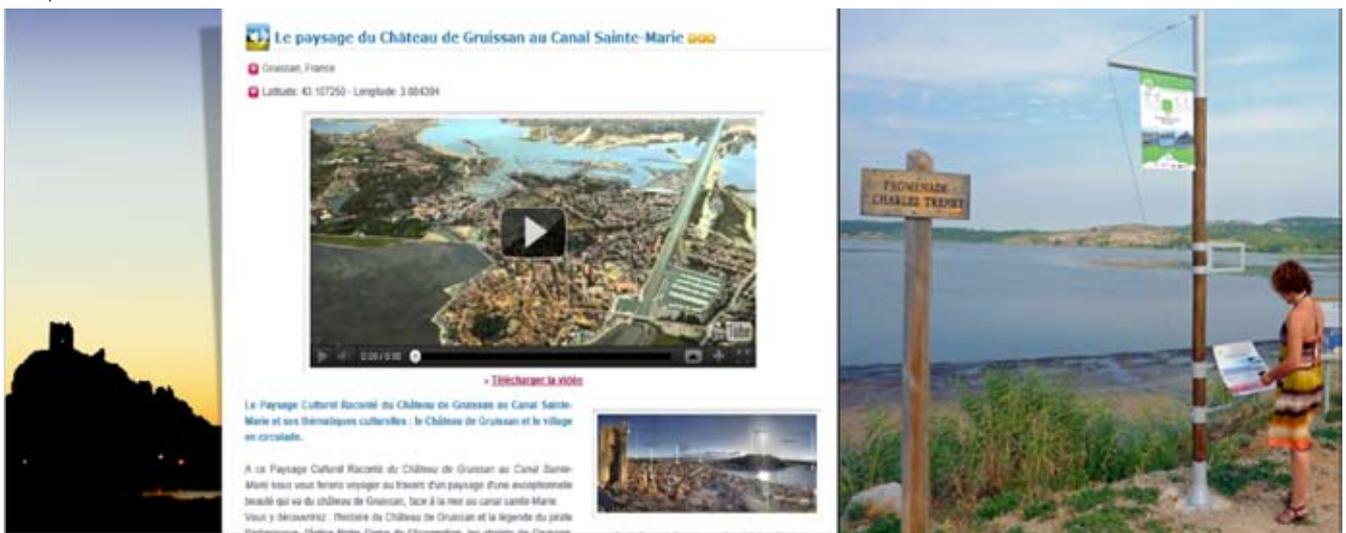
Les projets culturels et touristiques qui se concentrent dans les zones maritimes ne peuvent pas omettre des analyses paysagères complètes et participatives, et doivent développer des lignes guides qui assurent la qualité des paysages intéressés. Ces projets doivent avoir comme but une décentralisation de la pression et les flux des côtes vers l'arrière-pays, tout en recherchant et en mettant en valeur les liens systémiques et les réseaux (écologiques, sociologiques, identitaires, économiques) entre terre et mer, ville-port et arrière-pays.

PRÉSENTATION DU CONCEPT « LES PAYSAGES QUI PARLENT® »

CONCEPT TERRITORIAL INNOVANT DE STRUCTURATION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA

Contributeurs : Judicaël Chasseuil, Philippe Calamel - GEC ODYSSEA

La beauté d'un paysage ne vaut que par le regard qui lui est porté. Celui des premiers touristes fut esthétique, privilégiant le décor pittoresque, recherchant un changement de cadre de vie. Aujourd'hui, la qualité touristique d'un paysage s'analyse à travers des regards multiples.



Le paysage est devenu ces dernières années une préoccupation à la fois sociale, économique et environnementale et cela au-delà de la seule valeur esthétique qu'il peut avoir. Bien qu'encore discret jusque dans les années 1980 dans la préoccupation des aménageurs et des prescripteurs touristiques, le paysage s'est mué, en l'espace d'une dizaine d'années, en un sujet de conversation incessante en raison de

sa propension à attirer l'attention de nombreux acteurs : des populations locales dont il est le cadre de vie aux institutions mondiales, en passant par les instances départementales, régionales, nationales et européennes dont l'objectif est de le protéger. Aujourd'hui, le paysage n'est plus seulement un décor, il est devenu une richesse patrimoniale au même titre que peuvent l'être une église, un château. Il contribue à l'attractivité des territoires dont il est un élément identitaire fort. Dans un concept de développement touristique durable et coordonné, seule voie touristique d'avenir, la mise en tourisme du paysage nécessite de concilier, dans des espaces naturels ouverts, protection du site et développement d'une offre capable de créer des retombées économiques pour la population locale et cela en part égale.

Comme il est dit en prologue, la Convention Européenne du paysage définit ce dernier comme « *une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interactions* ».

LE PAYSAGE INFLUENCE LES TERRITOIRES

Si le terme paysage est né en Occident, pendant la Renaissance, il existait déjà des paysages bien avant cette période sans que leurs créateurs aient forcément conscience qu'ils contribuaient à l'élaboration d'une nouvelle géographie, qui allait influencer durant des années voire des siècles un mode de vie tant sur le plan économique, qu'environnemental ou encore social. Les paysages viticoles identitaires de nombreuses régions européennes en sont peut-être le meilleur exemple.

Étudions les régions de la Narbonnaise à l'époque romaine. En implantant les premières vignes sur la Narbonnaise, jamais les légionnaires romains n'auraient imaginé qu'ils pourraient concurrencer, grâce à la qualité de leur production, les vins d'Italie et que cela aurait par la suite des conséquences sociales voire des conséquences discriminatoires. En effet, en légiférant pour protéger les intérêts des vigneronniers originaires du Latium, l'administration romaine va interdire aux non Romains de planter de la vigne. Un droit d'origine se met en place. Cet exemple montre qu'en créant un paysage viticole, l'homme crée un système économique mais aussi un système social.

Prenons comme deuxième exemple, mais on pourrait en trouver bien d'autres, le Languedoc-Roussillon. Nul besoin de refaire l'histoire de cette région qui a connu un développement viticole sans précédent durant près de trois siècles (17^{ème}, 18^{ème} et 19^{ème}), en lien avec la construction du canal du Midi et la volonté de l'Etat français de devenir exportateur de vin.

A la fin du 18^{ème} siècle, le Languedoc sera en tête de la production de vin mondiale. Si à cette époque tout le monde bénéficie de cette activité économique liée à un paysage viticole créé en peu d'années, les conséquences de cette orientation écono/paysagère se ressentent encore aujourd'hui.

Chaque prise de décision concernant le paysage, qu'il soit viticole ou non, influence la vie des habitants. Les partenaires du programme ODYSSEA se sont posé la question suivante : Comment faire pour qu'un paysage ait une valeur réelle en termes économique, social, environnemental, culturel ou encore patrimonial, et plus seulement une simple valeur esthétique ? Ce qui rejoint les préoccupations de la Convention Européenne du paysage qui évoque la co-responsabilité entre propriétaires et usagers.

La solution que proposent les partenaires du programme ODYSSEA est celle de **faire parler les paysages**, afin de les comprendre pour ainsi les apprécier à leur juste valeur en plaçant l'Homme, avec un grand H, son histoire, sa culture, ses identités, ses us et coutumes au centre de ce nouveau développement touristique. Qu'ils soient de mer ou de terre, à l'échelle locale, régionale ou européenne, ce sont les paysages et tout ce qu'ils peuvent dire, raconter, montrer, que le programme ODYSSEA a choisi comme fil conducteur pour la découverte d'une cité portuaire et de son territoire à moins d'une heure.

Partant de ce postulat, le paysage n'est plus un décor, il est un support de vie, vecteur de richesses historiques, patrimoniales, identitaires, économiques, créateur de lien social tout comme l'est une église, un château, un monument. Mis en tourisme, il va raconter tout un territoire, toute une histoire, toute une culture, passée et contemporaine.

Dès lors, le paysage n'est pas seulement un produit économique, il devient un espace géographique producteur de valeur ajoutée incorporant de l'identité, de la culture, de l'esthétique, de la beauté, de l'imaginaire, de l'histoire ou encore du patrimoine.

C'est le défi que s'est lancé et qu'a réussi le programme ODYSSEA : **Raconter les paysages dans l'objectif de les mettre en tourisme durable**. Mettre en tourisme durable ces derniers signifie raconter, à travers leur description, l'histoire des gens, leur vie, l'ancienneté des sociétés, les grandes et les petites histoires locales, les patrimoines matériels et immatériels, les manifestations touristiques, les producteurs locaux. Mais aussi ce qui se voit (murettes, ceps, montagne, rivière...) et ce qui ne se voit pas toujours (conditions de production, vendanges, us et coutumes, savoir-faire...). Cette action touristique qui consiste à faire d'un paysage un « Paysage raconté » a trois principaux objectifs :

- générer de l'économie pour les populations locales et notamment pour celles qui vivent du produit issu de la vigne et du tourisme.
- créer un lien social entre les clientèles touristiques et les acteurs locaux, ainsi qu'entre les générations.
- favoriser la protection et le respect de l'environnement, des paysages, de sa faune et de sa flore.

QU'EST-CE QU'UN « PAYSAGE RACONTÉ » DANS L'ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA ?

C'est un espace de pensées et d'actions dans lequel et au travers duquel les gens du territoire se reconnaissent et reconnaissent une partie de leur histoire, de leur identité qu'elle soit patrimoniale, culturelle, paysagère, productrice ou affective. Le choix des « paysages racontés » doit renforcer, auprès des locaux mais aussi auprès des clientèles touristiques, l'appartenance à un territoire et à ses valeurs. En cela, les limites du Paysage raconté naissent de l'appropriation différentielle dont l'espace visible fait l'objet.

D'un point de vue plus touristique, le « Paysage raconté ODYSSEA », au travers d'une lecture paysagère - descriptif paysager non exhaustif - est une action de reconnaissance, de promotion et de valorisation des plus importants éléments paysagers, économiques, sociaux, environnementaux, culturels, identitaires, patrimoniaux matériels ou immatériels d'un territoire.

En pratiquant un « Paysage raconté », le public cible découvre et comprend un ensemble paysager par une description linéaire « simple » de gauche à droite ou de droite à gauche. Cette description paysagère est entrecoupée de thématiques culturelles. En certains points paysagers, des arrêts sont faits afin de raconter de façon plus détaillée, à travers des grandes et des petites histoires, la vie des « gens d'ici », leur identité, leur culture, leur histoire, leurs us et coutumes, leurs savoirs et savoir-faire, leur patrimoine, leurs contes et légendes, leurs événements festifs, tout ce qui est à voir, à savoir, à comprendre, à visiter, à découvrir du territoire de projet ODYSSEA. De ces paysages racontés, un renvoi est fait chez les prestataires touristiques. La protection et le respect de l'environnement tout comme l'éducation pour les plus jeunes, sont pris en compte.

COMMENT SONT CHOISIS LES « PAYSAGES RACONTÉS » DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA ?

Le choix des « Paysages racontés » qui seront révélés comme autant d'histoires à la clientèle touristique est essentiel dans la découverte en particulier du territoire viticole. Ils en sont le fil conducteur. Comme l'indique la définition, ils doivent être révélateurs de la culture, de l'histoire ou encore de l'identité de l'espace géographique sur lequel ils vont se mettre en place. En plus du côté révélateur, le « Paysage raconté » devra être choisi parmi les plus « beaux » paysages du territoire.

Une fois le « Paysage raconté » choisi, est défini le site d'interprétation. C'est le lieu où il sera raconté en fonction de différents critères comme la beauté du panorama, la sécurité, l'accessibilité ou encore le respect et la protection de l'environnement.



MÉTHODOLOGIE DE TRAVAIL POUR LES PAYSAGES RACONTÉS ODYSSEA/ITER-VITIS

1. Réalisation d'un inventaire culturel type Direction Régionale des Affaires Culturelles (Patrimoine, Paysage, Savoirs et savoir-faire) du territoire de projet ODYSSEA selon les quatre thématiques d'escales (Nautique, Culture, Saveurs et Nature). Recherche en bibliothèque, aux archives municipales, départementales, rencontres de référents préalablement identifiés avec les services en charge du programme ODYSSEA (mairie et ses services, port, office de tourisme...), recherche iconographique (cartes postales, dessins, films). Ce travail permet de définir ce qui fait la richesse, l'identité, la culture du territoire de projet.
2. Réunion sur le terrain avec le groupe de travail Paysage raconté ODYSSEA /ITER VITIS pour choisir les paysages qui seront mis en tourisme. Cette première réunion se fait avec un géographe spécialiste des paysages et :
 - des personnalités locales : historiens, agriculteurs, viticulteurs, pêcheurs, plaisanciers, amoureux de la mer ou de la terre...
 - des membres d'associations locales : clubs de randonneurs, associations de protection du patrimoine local, de l'environnement, de la faune, de la flore...
 - des membres d'associations ou institutions départementales ou régionales : syndicats d'appellation viticole, interprofession viticole, parc naturel, réserve marine, association de protection de l'environnement, association de protection du patrimoine, Chambre d'agriculture, Direction Régionale des Affaires Culturelles, Conseil général services agriculture, culture, environnement..., Conseil régional services agriculture, culture, environnement...
3. Venue d'un photographe spécialiste des formats ODYSSEA /ITER-VITIS pour réaliser les photos grand angle (base de travail pour les référents).
4. Réunion en salle avec le groupe de travail Paysage raconté ODYSSEA /ITER-VITIS. Les différents éléments paysagers sont nommés et validés avec l'aide de cartes IGN. La ou les séances sont filmées.
5. Validation des thématiques culturelles par les services concernés (mairie, office de tourisme, capitainerie) qui seront racontées pour chaque paysage choisi avec les groupes référents ODYSSEA (Nautique, Culture, Saveurs et Nature).
6. Vérification sur le terrain puis validation définitive des lieux, des noms et des thématiques racontées.
7. Ecriture des textes ODYSSEA et réalisation des photos des points importants du paysage.
8. Validation des textes pour le groupe de travail Paysage raconté ODYSSEA et les groupes de référents des 4 thématiques d'escales ODYSSEA.
9. Réécriture des textes en format théâtralisé
10. Traduction et enregistrement en studio.
11. Réalisation des mini-clips ODYSSEA /ITER-VITIS

LES MOYENS DÉVELOPPÉS POUR ÉCOUTER OU VOIR UN PAYSAGE CULTUREL RACONTÉ ODYSSEA :

1. En composant un numéro de téléphone dont le coût est compris dans son forfait.
2. En utilisant les QR Codes mis à disposition sur les tablettes et sur le guide de l'itinéraire culturel de la commune et de son territoire de projet
3. En téléchargeant les audios et les vidéos disponibles sur les différents sites Internet (Portail ODYSSEA – Atlas ODYSSEA – site Internet de l'office de tourisme...)
4. Par Internet sur son téléphone avec la web-app de la cité ODYSSEA
5. Par les applications (iPhone et Android) de la cité pilote téléchargeable sur son téléphone
6. Par la location d'outils technologiques embarqués (iPod, iPad et autres tablettes numériques)

CONCLUSION

Cette action de mise en éco-tourisme de tout un territoire, favorise aussi la sauvegarde d'une histoire, d'une identité et d'une culture locale. Les partenaires d'ODYSSEA sont convaincus que ce n'est qu'en informant les populations locales, les publics jeunes, les clientèles touristiques du potentiel que peut avoir un paysage culturel, que l'on sauvegardera et préservera les paysages d'Europe.

« LES VINS QUI PARLENT[®] » DES VINS PATRIMOINES

Contributeurs : Philippe Calamel, Judicaël Chasseuil, GEC ODYSSEA

UNE INNOVATION ODYSSEA, UNE MARQUE POUR VALORISER LES SAVOIR-FAIRE VITICOLES ET LES IDENTITÉS LOCALES PAR L'APPORT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES.

Le tourisme vitivinicole appelé aussi œnotourisme se développe depuis plusieurs années. La richesse des terroirs, la diversité des régions et des vins qui y sont produits sont de plus en plus mises en valeur, permettant d'attirer des passionnés du vin, directement sur les lieux de production, engendrant des ventes supplémentaires directement du producteur à l'acheteur.

Plus largement, il permet de développer l'attractivité touristique des campagnes, aux retombées économiques directes et indirectes profitables à différents acteurs locaux : prestataires des routes des vins, visites d'exploitations et de caves, dégustations, séjours œnologiques, manifestations locales... mais aussi hôtels, restaurants, gîtes et chambres d'hôtes spécialisés dans l'accueil des personnes intéressées par la viticulture et le vin.

L'œnotourisme est pour les touristes étrangers un vecteur d'attractivité de premier ordre. Selon une étude de l'AFIT, pour 45% des touristes étrangers, le mariage gastronomie et vins est un élément important dans le choix de leur destination de vacances. Pour 29%, il est un critère primordial.

Dans le modèle ODYSSEA « le vin Patrimoine » raconte son territoire et le territoire utilise le vin comme vecteur identitaire et de promotion.

Dans le même sens que les « Paysages culturels racontés », les partenaires du programme ont décidé de mettre en place un nouveau concept « les Vins qui parlent ». Cette solution technologique peut être déclinée sur de nombreux produits du terroir (huile d'olive, par exemple).

L'IDÉE EST DE RACONTER PAR DES MOYENS MULTIMÉDIA LE VIN DANS SON TERRIOIRE SELON TROIS DISCOURS.

- Premier discours : **le produit**. Ce discours amène l'utilisateur à comprendre comment est produit le vin. Quels en sont ses cépages, sa méthode de vinification, son élevage. Il présente aussi le domaine viticole ou la cave coopérative et ses savoir-faire.
- Second discours : **la gastronomie**. C'est un discours qui porte sur l'accord mets et vins. Il peut être fait par une personne travaillant sur le domaine viticole ou à la cave, mais aussi, avec un grand chef cuisinier. C'est toute la gastronomie locale qui est ainsi valorisée.
- Troisième discours : **Culture et patrimoine**. Ce discours amène l'utilisateur à avoir une présentation de toute l'offre et identité culturelle : patrimoine matériel et immatériel, us et coutumes, savoirs et savoir-faire... du territoire où est produit le vin.



UNE DIFFUSION DE CETTE INNOVATION DANS LES CAVEAUX, LES RESTAURANTS, LES SITES CULTURELS...

Le « Vins qui parlent » grâce à un flashcode permet au consommateur de voir, de la tablette numérique (fourni par le restaurant, le vigneron...) ou de son propre téléphone, l'interface qui fait parler le vin.

Le flashcode sur la bouteille de vin ou sur la carte des vins permet à la clientèle en restauration de découvrir son vin selon deux principes :

1. Il choisit la bouteille et découvre ensuite les trois discours en « flashcodant » la bouteille de vin ou en utilisant la tablette numérique.
2. Il découvre les trois discours en « flashcodant » la carte des vins ou en utilisant la tablette numérique, puis choisit son vin.

Une collerette « Vins qui parlent » apposée sur la bouteille permet de mieux identifier ce nouveau produit. La personne pourra dans n'importe quel rayon de grande surface découvrir le vin selon la fiche technique et les discours en « flashcodant » le QR Code. Il pourra être mis des écrans photos-vidéo pour ceux qui ne possèdent pas ces outils technologiques.

LES OUTILS PERMETTANT LA MISE EN PLACE DU CONCEPT : « LES VINS QUI PARLENT ».

- Création d'une PLV « intelligente » intégrant la bouteille de vin et une tablette numérique
- Création d'une interface spécifique pour chaque vin où il est présenté de la même manière :
 - Création d'une fiche multimédia qui présente le vin selon différents axes : terroir, cépages, vinification... et qui est suivi d'un mini-clip
 - Accès à une interface multimédia qui présente le vin dans sa dimension Terroir et Gastronomie
 - Accès à une interface multimédia qui présente le vin dans son identité culturelle et patrimoniale
 - Accès à une interface multimédia permettant l'acte d'achat de ce vin et l'accès à des sites culturels

L'ENGAGEMENT ODYSSEA DANS DE NOUVEAUX PARTENARIATS

Contributeurs : Christine Stéfani, Philippe Calamel, GEC ODYSSEA

CINÉMA, PHOTO, VIDÉO DANS LE MODÈLE ODYSSEA COMME SUPPORTS D'ATTRACTIVITÉ ET PORTEURS D'ÉMOTION

La stratégie adoptée par ODYSSEA en matière de solutions innovantes propose un nouveau standard pour la découverte d'un lieu et la valorisation du patrimoine par l'image.

Intégrer l'utilisation de ces technologies dans le contexte de développement durable des territoires de projet ODYSSEA permet à chaque cité pilote, chaque port de plaisance, dans un modèle commun et avec des solutions communes, d'exploiter et de valoriser ses éléments de différenciation et de faire valoir ses spécificités.

L'option technique innovante retenue par le programme ODYSSEA facilite la réalisation des supports visuels de haute définition, dynamiques, interactifs et en trois dimensions dans chacune des villes pilotes du programme.

Elle va permettre aux voyageurs d'avoir accès aux éléments nécessaires à la connaissance de l'histoire, de la culture et du patrimoine locaux au travers d'animations visuelles de dernières générations.

L'ensemble des éléments préalablement collectés dans la phase d'inventaire, selon un modèle de gestion du back office spécifiquement adapté au partage de données multimédia, contribuera à la réalisation des référentiels communs et permanents de découverte et de lecture des paysages inscrits au programme ODYSSEA. La constitution de cette base de données multimédia sera à même d'alimenter les différents outils TIC.

A partir des éléments conceptuels (choix stratégiques des lieux en conformité avec les thématiques d'escales) et techniques (formats panoramiques, formats 4/3, intégration numérique sur iPhone, iPad, Smartphone, cartographie Google Map et Google Earth...), il s'agira de proposer un nouveau standard de découverte d'un lieu par l'image et de réaliser l'identification visuelle de chaque cité pilote afin de faciliter la structuration de l'itinéraire culturel ODYSSEA.

En termes méthodologiques, ODYSSEA procèdera à l'analyse, le traitement, la configuration et la réalisation d'une banque d'images numériques en HD.

Le traitement spécifique de ces images dans le concept ODYSSEA permettra de disposer d'un système de gestion des fonds documentaires qui prenne en compte les contraintes liées aux aspects temporels au travers d'un modèle incluant le concept de synchronisation des données. Ce modèle de restitution des données s'inscrit dans la pérennité par sa capacité intrinsèque à être géré par des opérateurs locaux et divulgué auprès d'utilisateurs différenciés.

Pour cela ODYSSEA propose un processus d'intégration de fonctions de présentation au sein de l'environnement d'édition web en open source et développe une architecture adaptée spécifique qui permet l'implantation d'un ensemble de services pour l'édition dans un environnement multi-documents et multi-vues incluant des contenus soumis à l'interactivité : textes, photos, audio, vidéo, liens, cartes, flux rss, géolocalisation, animations, diaporama, etc.

PARTENARIATS MÉDIAS :

Les escales dans les villes-ports, les routes historiques de la mer, les grands navigateurs, les savoir-faire traditionnels, les arts et la culture... sont autant de sujets à mettre en scène dans les différents médias : télévision, radio, presse écrite.

Des partenariats médias permettent l'accès à la connaissance au plus grand nombre, un des objectifs principal du modèle ODYSSEA.

Une action structurante pour le réseau est la création d'une **Web TV ODYSSEA** de diffusion des reportages, événementiels, actualités, clips images, documentaires, interviews des acteurs du territoire...

Cette Web TV permettra au réseau :

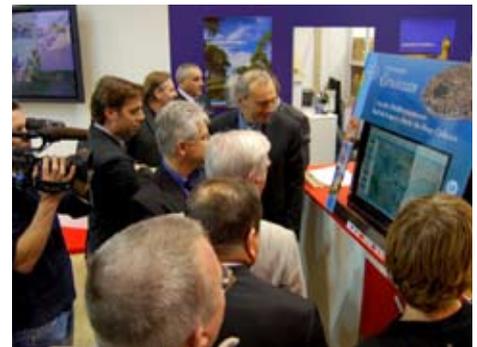
- la réalisation de dossiers de presse numériques directement téléchargeables par les utilisateurs presse/médias .
- la présentation interactive du projet de chaque partenaire à disposition sur l'environnement numérique de la cité ODYSSEA.
- la divulgation des offres par saison sur les supports médias papiers et images (utilisation de la technologie Flashcode, clips vidéos de marketing de l'offre, news en temps réel via le web TV...)

ODYSSEA ET LE CINÉMA ET LA PHOTOGRAPHIE :

Le concept ODYSSEA valorise les décors naturels du cinéma, de la photographie : les paysages culturels, les patrimoines et les savoir-faire des territoires. L'industrie du cinéma a des besoins spécifiques à la réalisation des courts ou longs métrages ; elle génère des retombées économiques importantes et a un rôle de prescripteur éminent notamment auprès des clientèles étrangères. Par ailleurs, il existe dans de nombreux territoires des associations en charge de coordonner et promouvoir les activités de diffusion audiovisuelle culturelle en région.

La Photographie est un moyen d'expression et les mots d'un langage universel. La photographie est, pour notre chance, comme une nouvelle langue à partager entre nous, sans besoin de traduction. Il est un moyen d'expression important pour la valorisation de l'itinéraire culturel ODYSSEA et ses sites.

Ces associations ont pour objectif d'**assurer l'accueil de tournages, d'artistes en résidence, accompagner le développement du secteur professionnel, coordonner des actions d'éducation artistique à l'image et faire découvrir toute la diversité de l'image en mouvement à travers des actions de programmation** sur les territoires.



ODYSSEA, se situant à l'interface de ces interlocuteurs avec un concept qui constitue l'essence même des objectifs recherchés, se doit de favoriser la préhension et la connaissance des éléments culturels, patrimoniaux et paysagers des territoires par un engagement formel de partenariats public/privé. Dans cette optique, ODYSSEA mettra à disposition l'intégralité de ses bases de données permettant ainsi d'accroître le nombre de tournages en région par une prise de décision facilitée et un maillage des prises de vues en adéquation avec la richesse patrimoniale, historique et culturelle de chacun des territoires.

Une coopération sera engagée permettant à ODYSSEA de diffuser, via le web, l'actualité des tournages, les castings, la bande-annonce des films à l'affiche, les expos photos en avant-première en région...

Chaque année, une commission réunissant les principaux acteurs du monde régional du cinéma et de la photographie sélectionnera les œuvres les mieux adaptées à la politique de valorisation culturelle et identitaire engagée dans le cadre du programme ODYSSEA et délivrera dans le respect du cahier des charges préalablement établi, le Prix ODYSSEA.

Le cahier des charges CINÉ & PHOTO ODYSSEA s'attachera à :

- Faire émerger les **valeurs culturelles européennes** et lutter contre l'effet frontière notamment auprès des jeunes générations.
- Favoriser la connaissance des **fondamentaux de la civilisation** européenne par l'approche audiovisuelle.
- Promouvoir la diversité et la richesse des cultures méditerranéennes mais aussi rapprocher les peuples, faire émerger des intérêts communs et favoriser les échanges sur les enjeux de cette région du monde.
- Intégrer **la notion de paysage culturel** ; exemple : paysage de la vigne = pratique agricole = structure sociale autour de cette activité.

CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 4

CULTURE & PATRIMOINE

PRÉAMBULE

Contributeur : Philippe Calamel, Directeur de projet ODYSSEA France-Europe

Élément de diversification de l'offre, porteur de qualification culturelle, sociale et identitaire des sites littoraux et portuaires, créateur d'attractivité touristique, facteur d'emploi, d'aménagement et de restructuration des territoires, le patrimoine maritime et fluvial se positionne comme un outil de développement des localités touristiques littorales. C'est un pilier phare du modèle ODYSSEA. Pour les gestionnaires des sites patrimoniaux, pour les collectivités territoriales et pour les acteurs du tourisme littoral et fluvial, l'enjeu d'ODYSSEA est de rendre accessibles au public les patrimoines culturels et la mémoire du monde maritime tout en garantissant leur préservation. Dans ce but, des politiques touristiques adaptées se révèlent nécessaires afin de prendre en compte les spécificités du patrimoine, d'équilibrer les flux touristiques sur le littoral vers les hauts pays, et de participer au développement touristique et à l'aménagement des territoires littoraux et fluviaux. L'objectif des partenaires ODYSSEA est la labellisation par le Conseil de l'Europe de l'itinéraire culturel maritime ODYSSEA et ses Escales Patrimoines phares de la Méditerranée et de l'Atlantique.

ODYSSEA® LE 1^{ER} ITINÉRAIRE CULTUREL MER ET TERRE DE MISE EN RÉSEAU EXEMPLAIRE DES PORTS ET TERRITOIRES UNIS

Contributeurs : Philippe Calamel, Judicaël Chasseuil, Christine Stéfanini, GEC ODYSSEA

DÉFINITION DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA® « LES ROUTES CULTURELLES DES PORTS DE LA MEDITERRANEE »

L'ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA QU'EST-CE QUE C'EST ?

Odyssea « Les Routes Culturelles Mer et Terre des Ports de la Méditerranée » est un itinéraire qui met en valeur l'importance du patrimoine culturel et civilisationnel des Ports dans la construction méditerranéenne et européenne et en lumière sa diversité.

Le Groupement Européen de Coopération ODYSSEA, porteur de l'itinéraire, est engagé dans la durée et a été labellisé par le Conseil Culturel Union pour la Méditerranée. Un rapport d'évaluation favorable des experts indépendants de l'Institut Européen des Itinéraires Culturels lui permet d'entamer son processus de labellisation au titre des « Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe ».

La marque - label ODYSSEA® est le vecteur d'appartenance à des valeurs et à une histoire européennes communes, tissant des liens qui les unissent entre les villes-ports de différents pays et cultures. Ce label est porteur d'une meilleure lisibilité des biens culturels des ports, de leurs routes maritimes et fluviales : commerciales, des migrations, des religions, du voyage, des cultures et des arts... dont ils sont les témoins et des lieux d'expression. Des villes-ports qui mettent en scène leurs monuments, leurs sites naturels ou urbains, leurs patrimoines contemporains ou historiques, leurs savoir-faire et leurs lieux de mémoire, essentiels à la compréhension de l'histoire, la culture et l'identité européennes et méditerranéennes.

Le caractère transfrontalier et transnational des routes culturelles maritimes et fluviales des ports, encourage le dialogue interculturel, renforce la coopération entre les Etats membres, les institutions nationales, l'Union Européenne et le Conseil de l'Europe, ainsi que les collectivités locales et les secteurs public et privé, bénéficiaires de son modèle économique en termes de tourisme nautique, culturel, agritourisme... Odyssea « Les Routes Culturelles des Ports de la Méditerranée » se caractérise par son modèle territorial de développement durable qui ancre son itinéraire dans les politiques de territoire et de destination des régions et collectivités locales qu'il traverse.

Aux fins de l'inscription au label ODYSSEA « Escale Patrimoine Phare de la Méditerranée » sont considérés comme étape de l'itinéraire ODYSSEA les Villes-Ports et leurs Terroirs culturels, des hauts lieux témoins et mémoire de l'histoire qui sont emblématiques de l'identité des rives de la Méditerranée et de l'Europe, et fondamentaux pour les échanges transnationaux au sein de l'espace culturel euro-méditerranéen. L'itinéraire

culturel ODYSSEA est une route maritime au « tracé imaginaire » qui va de port en port « Patrimoine Phare de la Méditerranée » guider les navigateurs en Mer, sur les fleuves et en eaux intérieures. Un Voyage de la connaissance sur les pas d'Ulysse qui nous guide à terre dans le monde des villes-ports, véritables carrefours des arts, de la culture, des savoir-faire et de l'art de vivre.



Les offices de tourisme et les capitaineries, aménagés en comptoirs culturels maritimes, concrétisent l'ancrage territorial de l'itinéraire culturel Odyssea et le pôle d'organisation, d'accueil et de structuration locale des Routes Culturelles des Ports de la Méditerranée.

Le Thème commun représentatif des valeurs européennes « Les Routes Culturelles des Ports de la Méditerranée »

Le Port, est le thème représentatif de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européens.

Dans l'itinéraire Culturel ODYSSEA® : « Les Routes Culturelles des Ports de la Méditerranée », le « Port » contribue à l'interprétation de la diversité de l'Europe d'aujourd'hui. Il est l'acteur et le témoin des grands courants de notre civilisation. L'itinéraire ODYSSEA est un grand livre d'histoires anciennes et contemporaines, où les pages que l'on tourne sont des ports, les grands chapitres des régions maritimes. ODYSSEA nous invite au voyage le long des grandes routes maritimes du voyage d'Ulysse, de St Paul, des Phéniciens, des comptoirs grecs, des provinces romaines, de l'olivier, de la vigne et du vin, des épices et du sel, des migrations, des arts et des sciences, des voyages des grands navigateurs découvreurs comme Christophe Colomb, Marco Polo...

Les thématiques culturelles, fils rouge des routes culturelles Mer et Terre des ports :

- La Navigation du savoir avec un zoom sur la navigation dans l'antiquité et les Phéniciens (Partenariat avec l'itinéraire culturel labellisé), le Voyage de Saint Paul, le voyage d'Ulysse...;
- L'histoire des mers, des marines, des pêcheurs, des marins, des phares et balises, des sites remarquables (cap, canal, baie...), des mots techniques de la mer et de la navigation, des chants des marins... ;
- Les navires et bateaux célèbres, les bateaux d'intérêts patrimoniaux, dans l'Antiquité et leurs évolutions, les épaves remarquables, les batailles navales célèbre ;
- L'Art de la navigation : les moyens d'Orientation, les instruments, les cartes et Portulans, les astres... ;
- Les conditions physiques et climatiques des voyages en mer, les cataclysmes au cours des siècles ;
- Les divinités de la mer, l'imaginaire, la littérature de l'Atlantide, l'esprit religieux des marins ;
- Les principales expéditions maritimes, les grands découvreurs – explorateurs ;
- Les routes et canaux Antiques, l'étude de plusieurs ports antiques ;
- L'archéologie sous-marine ;
- Les routes maritimes, les escales du voyage et des voyageurs ;
- Le commerce maritime et fluvial, les comptoirs, les navires marchands, la route de l'olivier (Partenariat avec l'itinéraire culturel labellisé), les routes du vin (ITER VITIS Partenariat avec l'itinéraire culturel labellisé), des épices, de la soie... ;
- Les Pirates, les imaginaires, les superstitions, les mythes et légendes, et les monstres de l'antiquité ;
- Les musées, les cultures locales, l'art contemporain, les langues régionales, la lumière.
- La flore et la faune marine, les jardins, l'environnement, l'écologie.
- La ville port nous invite au carrefour des 10 arts qu'elle s'engage à promouvoir : 1er art - l'architecture, 2e art - la sculpture, 3e art - la peinture, 4e art - la musique, 5e art - la poésie, 6e art - la danse, le mime, le théâtre et le cirque, 7e art - le cinéma, 8e art - la radiodiffusion, la télévision et la photographie, 9e art - la bande-dessinée, 10e art - la gastronomie - l'art de la table.

L'OFFRE DE TOURISME DURABLE DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA « LES ROUTES CULTURELLES DES PORTS DE LA MÉDITERRANÉE »

L'itinéraire Culturel du modèle ODYSSEA se caractérise par une organisation touristique d'un nouveau genre. Il propose aux plaisanciers et aux voyageurs des routes culturelles maritimes thématiques, des cabotages et des escales dans les villes-ports et terroirs qui concrétisent pour eux un abri, un accueil identitaire, des services innovants, dans une découverte reliant le port à sa ville et aux villages de son terroir culturel (une heure de voiture du port).

ODYSSEA est le premier guide culturel et nautique qui raconte les paysages vus de la mer et les paysages vus sous la mer. Il renseigne sur les routes maritimes, l'archéologie sous-marine, les fonds marins grâce à des balises numériques imaginaires mais bien géopositionnées sur des GPS, téléphones, tablettes numériques... qui déclenchent des œuvres multimédias et des commentaires pour mieux comprendre les histoires et les cultures régionales et locales. Des balises numériques et des bouées, véritables amers remarquables pour les navigateurs qui nous renseignent le long d'une ligne de navigation invisible mais ô combien révélatrice du patrimoine exceptionnel, imaginaire, archéologique et bien vivant de la mer, du fleuve, sa culture et sa gastronomie. Un itinéraire qui nous invite après l'escale nautique à la découverte à terre des lieux remarquables selon trois thématiques : Nature, Culture, Saveurs & Savoir-faire.

Une mise en tourisme exemplaire de l'itinéraire réalisé grâce à 7 grandes innovations :

- 1.« Les paysages culturels qui parlent » en Mer – fleuve – voies navigables (balises numériques) et à Terre mobilier et audioguide multimédia d'interprétation touristique.
- 2.« Les livres qui parlent », édition et connexion des pages à des œuvres multimédia.
- 3.« Le vin, l'olivier... qui parlent ». Collection de « bouteilles intelligentes » avec technologie pour connexion à des œuvres multimédia et des lieux de visite.
- 4.« Les bateaux, les musées, les sites patrimoniaux qui parlent », technologies numériques d'audioguide multimédia pour rendre plus attractives et ludiques les visites.
- 5.« Les Land'Art ODYSSEA », « une signalétique intelligente », une expression artistique qui renseigne, dirige, met en scène et raconte l'itinéraire culturel au travers des siècles.
- 6.« Le Pass'Port touristique numérique » (technologie RFID) qui favorise la mise en réseau, l'économie et l'itinérance, les escales, les étapes via « la collection » des découvertes des 4 saisons.
7. Des accueils à forte attractivité, avec muséographie, des TIC et des innovations dans les capitaineries « Comptoir culturel maritime », les offices de tourisme « Comptoir Culturel d'Informations ».

ÉTHIQUE DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL ODYSSEA « LES ROUTES CULTURELLES DES PORTS DE LA MÉDITERRANÉE »

Le modèle ODYSSEA, au sein du réseau de ville – port, structure un « éco-itinéraire » qui nous engage dans un tourisme responsable, avec la prise en compte des publics enfants, une économie solidaire et nous sensibilise sur la fragilité écologique de la mer et des fleuves, nous éduque aux gestes de protection des écosystèmes. ODYSSEA concrétise un réseau qui propose un tourisme plus éthique, ouvert sur les 4 saisons, en permettant à des patrimoines moins connus, des producteurs, des artistes... de profiter de la place de marché, du carrefour que concrétisent les ports.

ODYSSEA inscrit son itinéraire dans les territoires avec des communes engagées de façon formelle par délibération. Des communes et territoires qui s'organisent sur des valeurs de solidarité et de citoyenneté, de partage –d'hospitalité – de respect des cultures, des identités, des lieux, des traditions et des cultures contemporaines.

Un itinéraire de la connaissance où chaque cabotage, chaque escale, chaque ville-port et terroir nous rappellent combien la mer, la navigation ont contribué à faire ce que nous sommes aujourd'hui...



POUR UN ESPACE COMMUN NUMÉRIQUE DES PORTS ET TERRITOIRES EN MÉDITERRANÉE.

Mis en œuvre dans le bassin méditerranéen (France, Espagne, Italie, Grèce, Maroc, Tunisie, Liban...), l'Atlas ODYSSEA concrétise un espace numérique commun. Le modèle ODYSSEA nous engage dans une politique euro-méditerranéenne globale, visant à créer un espace commun numérique, une « société méditerranéenne de l'information et de la connaissance », pivot d'une véritable politique au service de la croissance économique.



Cette innovation permet aux plaisanciers et aux voyageurs d'accéder en un clic à des fonctionnalités de découverte culturelle, de réservation d'emplacement et, au-delà, d'organiser leur approvisionnement et leur séjour : réservation touristique, commande de produits du terroir... Le portail unifié favorise le cabotage en donnant à voir et comprendre les paysages culturels vus de la mer et sous la mer et l'accès aux offres touristiques, patrimoniales, gourmandes, naturelles, artistiques des territoires. Assorti d'un Pass'Port électronique, ODYSSEA met les solutions numériques au service de l'emploi et de l'attractivité des territoires proches des bassins de navigation.

Mettre en œuvre la numérisation amplifiée des fonds culturels méditerranéens de l'itinéraire Mer & Terre ODYSSEA, est l'un des projets majeurs du modèle ODYSSEA à soutenir le développement des contenus, la numérisation et l'archivage du patrimoine culturel et historique de la Méditerranée.

Le modèle ODYSSEA concrétise une nouvelle vision du tourisme européen et de mise en réseau des pays membres des deux rives de la Méditerranée, avec pour ambition de mettre en œuvre la numérisation amplifiée des fonds culturels méditerranéens 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 méditerranéenne. Une opération médiatisée via la création d'une WebTV de la Méditerranée valorisant ses richesses culturelles constituerait une belle vitrine, notamment pour le secteur touristique, les technologies embarquées m.tourisme et pour les musées, les office de tourisme, les Comptoirs Culturels Maritimes, les événements festifs et culturels. Un évènement culturel, scientifique et pédagogique fondateur et fédérateur rassemblerait chaque année les acteurs du « Prix des escales de la Méditerranée », en particulier les jeunes, en valorisant un projet ou des initiatives innovantes et originales dans les technologies de l'information et de la communication.

ENGAGEMENTS ET VALEURS COMMUNES DE L'ITINÉRAIRE CULTUREL MER & TERRE ODYSSEA

Le modèle ODYSSEA engage les candidats dans un programme qui vise à mettre en avant des sites Mer & Terre qui célèbrent et symbolisent l'intégration, les idéaux et l'histoire euro-méditerranéenne. Son objectif est d'améliorer la connaissance de l'histoire européenne, méditerranéenne, maritime et fluviale, ainsi que le rôle et les valeurs de l'UE.

Le respect des critères ODYSSEA contribue à renforcer le sentiment d'appartenance à l'Europe sur des valeurs et des cultures communes et à favoriser la compréhension mutuelle. Dans ses engagements, ODYSSEA met l'accent sur la promotion de la dimension euro-méditerranéenne des sites, leur accessibilité et l'offre d'informations et d'activités de qualité.

Plus précisément, ODYSSEA :

- valorisera des sites portuaires et des patrimoines imaginaires ayant joué un rôle essentiel dans l'histoire de l'Euro-Méditerranée et de la construction de l'Union européenne ;



- sélectionnera les ports et sites en fonction de leur valeur symbolique dans l'itinéraire culturel ODYSSEA et pour l'Europe, plutôt que pour leur beauté ou leur qualité architecturale ;
- aidera les visiteurs à mieux connaître, comprendre notre patrimoine culturel maritime et fluvial commun, l'histoire de l'Europe, ainsi que les valeurs démocratiques et les droits de l'homme sur lesquels elle repose, par des échanges culturels ou éducatifs et la pratique contemporaine des arts, du cinéma et du spectacle vivant ;
- encouragera l'établissement de liens entre les sites et les professionnels de l'itinéraire culturel ODYSSEA, du patrimoine, du tourisme, afin qu'ils partagent expériences et bonnes pratiques ;
- contribuera à développer le tourisme nautique et culturel, générateur de retombées économiques, et à pratiquer un éco tourisme éthique, raisonné et respectueux de l'environnement au départ de chaque port.

QUI PRÉSENTE SA CANDIDATURE AU GEC ODYSSEA?

Les territoires candidats doivent être liés à un port participant au programme (la participation se fait sur une base volontaire) dont le territoire possède une valeur euro-méditerranéenne symbolique et a joué un rôle dans l'histoire et la culture maritimes, fluviales et portuaires de l'Europe et de la Méditerranée.

La ville-port doit raconter ce qui la rend unique et la caractérise, sur des vecteurs identitaires : patrimoine, paysage, savoir-faire, culture locale. Une logique de valeur ajoutée pour l'itinéraire Culturel ODYSSEA et de non concurrence entre ville-port, car c'est l'ensemble des villes-ports et terroirs culturels, en réseau, qui raconteront l'histoire de la Méditerranée et demain de l'Atlantique.

Les candidats doivent remplir au moins l'un des critères suivants :

- présenter un caractère transfrontalier ou paneuropéen : l'influence et l'attractivité passées et présentes du site doivent dépasser les frontières d'un seul État membre ;
- avoir une place et un rôle dans l'histoire et l'intégration euro-méditerranéennes, et présenter un rapport avec des événements, des personnalités ou des mouvements européens clés de l'histoire maritime des ports & terroirs culturels associés ;
- avoir une place et un rôle dans le développement et la promotion des valeurs communes qui sous-tendent l'intégration européenne.

Les sites valorisés « Escale Patrimoine Phare » dans le programme ODYSSEA peuvent être :

- des monuments ;
- des sites naturels, sous-marins, archéologiques, industriels ou urbains ;
- des paysages culturels ;
- des lieux de mémoire ;
- des biens et objets culturels et des éléments du patrimoine immatériel liés à un lieu y compris issu du patrimoine contemporain.

Les territoires candidats doivent soumettre un projet qui doit faire de l'histoire et du commerce maritime et fluvial, le fil rouge identitaire de l'itinéraire culturel. C'est l'une des principales composantes du concept ODYSSEA concernant la dimension portuaire et son histoire commerciale qui décline toute l'économie et les savoir-faire d'un territoire, à toutes les périodes : le vin, l'huile d'olive, le sel, le miel, le textile, les métaux précieux, les arts, les religions... depuis l'antiquité jusqu'à nos jours.

Ils doivent aussi prendre en compte les éléments suivants :

- sensibiliser les citoyens à la dimension euro-méditerranéenne du site, en particulier par des activités d'information, une signalétique et une formation du personnel appropriées ;
- organiser des activités éducatives, notamment pour les jeunes, qui améliorent la compréhension de l'histoire commune de l'Europe et de son patrimoine commun – et néanmoins diversifié – et renforcent le sentiment d'appartenance à un espace commun ;
- encourager le multilinguisme et faciliter l'accès au site par le recours à plusieurs langues de l'Union ;
- prendre part aux activités du réseau de sites ayant obtenu le label ODYSSEA, afin d'échanger les expériences et mettre sur pied des projets communs ;
- mieux faire connaître le site et renforcer son attractivité à l'échelle euro-méditerranéenne en recourant aux nouvelles technologies et aux nouveaux moyens numériques et interactifs et en recherchant des synergies avec d'autres initiatives européennes.

LES ENGAGEMENTS DU PILIER CULTURE DU MODÈLE ODYSSEA

Travailler avec les associations locales du patrimoine et impliquer les populations

La gouvernance ODYSSEA implique un vrai travail avec les associations locales qui œuvrent à la sauvegarde et à la valorisation du patrimoine littoral (embarcations traditionnelles, archéologie, histoire locale...) Ils représentent une énergie souvent non valorisée.

Certaines d'entre elles sont notamment très dynamiques en matière de restitution auprès du public. Elles proposent des activités et ont un certain savoir-faire en matière de restitution et de pédagogie.

La destination candidate travaillera à la valorisation touristique du patrimoine en collaboration avec les associations locales, les communes, les offices de tourisme du territoire de projet, la capitainerie et l'ensemble des acteurs du patrimoine et du tourisme.

Une meilleure implication des associations dans la valorisation touristique du patrimoine littoral passera par davantage de promotion de leurs actions via le portail ODYSSEA, les sites des offices de tourisme partenaires, le Comptoir Culturel Maritime, l'organisation d'événements auxquels elles pourraient prendre part. Une collaboration importante avec les services de la DRAC (France) et les services du patrimoine habilités fera de ces réalisations des réussites quant à leur valeur patrimoniale et sociale.

MATÉRIALISER L'ITINÉRAIRE CULTUREL DE LA MER OU DES VOIES NAVIGABLES

De manière générale, on note l'absence de structures type « musée du Maritime » qui présenterait dans l'itinéraire culturel ODYSSEA, le fait maritime régional dans toutes ses dimensions. Les thèmes de la pêche et du commerce maritime souffrent particulièrement de ce manque.

La réalisation de « Comptoir Culturel Maritime » dans chaque ville Escale ODYSSEA doit remédier à ce manque et permettra de réaffirmer le rôle essentiel des Régions portuaires dans la Méditerranée et l'espace maritime européen d'aujourd'hui.

La création des bouées et balises numériques, points d'intérêt touristique de l'itinéraire maritime et fluvial

Pour être labellisées « Patrimoine Phare de la Méditerranée et demain de l'Atlantique », les cités ODYSSEA doivent structurer leur escale et leur offre au sein du grand itinéraire « Les Routes Culturelles des Ports de la Méditerranée ». L'itinéraire culturel côté Mer raconte, grâce à l'utilisation des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication et par la mise en place de bouées, de balises numériques ou de points GPS, l'histoire de la commune à travers ses paysages culturels maritimes, les îles, les caps, les mouillages, l'archéologie sous-marine, les fonds marins, les légendes, les naufrages, les phares, la faune sous-marine, les amers remarquables...

Elle inscrit ainsi sa ville-port au sein d'un grand itinéraire européen dont les histoires trouvent écho dans chacune des destinations ODYSSEA.

Par l'analyse géographique de ces Paysages Culturels Racontés Maritimes, c'est toute l'histoire maritime de la commune qui est racontée : la culture, les identités locales, les us et coutumes, les savoirs et savoir-faire, les contes et légendes des gens d'ici. Tous les lieux des Paysages Culturels Racontés Maritimes sont géopositionnés sur les différentes cartes ODYSSEA. Pour écouter ou voir ces Paysages Culturels Racontés Maritimes, les plaisanciers et autres clientèles touristiques pourront utiliser différents outils :

- en composant un simple numéro de téléphone dont le coût est compris dans leur forfait ;
- en utilisant les QR Codes mis à disposition sur les tablettes et sur le guide de l'itinéraire culturel de la commune et de son territoire de projet ;
- en téléchargeant les documents audio et les vidéos disponibles sur les différents sites Internet (Portail ODYSSEA - Atlas ODYSSEA - site Internet de l'office de tourisme, la capitainerie...);
- par Internet sur son téléphone avec la web-app de la cité ODYSSEA ;
- par les applications (iPhone et Android) de la cité pilote téléchargeables sur son téléphone ;
- par la location d'outils technologiques embarqués (iPod, iPad et autres tablettes numériques) ;
- Sur les GPS traceurs des bateaux.



Valoriser l'itinéraire culturel et touristique de la commune-port

Au départ de chaque capitainerie – Comptoir Culturel Maritime, des outils informatiques (ordinateurs, écrans tactiles, tablettes numériques) devront être mis en place dans le but de valoriser l'itinéraire côté Mer & côté Terre de la commune. La création de cartes interactives avec les Points d'Intérêt touristique (POI) référencés ODYSSEA assureront la promotion des quatre thématiques d'escales ODYSSEA, les événements, les offres et les services touristiques de la commune et à une heure de voiture de la commune. En fonction de la configuration du port de plaisance, des bornes extérieures, tactiles ou non, fonctionnant 24h/24 pourront être installées sur l'ensemble du port de plaisance. Des formations pour les agents d'accueil portuaires en collaboration avec les agents d'accueil des offices de tourisme seront mises en place afin d'apporter le maximum d'informations touristiques à la clientèle de la plaisance. Les agents d'accueil seront aussi formés aux TIC ODYSSEA d'itinérance « Carnet de Bord » et « Carnet de Voyage » pour apporter le maximum de services aux usagers des ports de plaisance.



Organiser dans l'itinéraire culturel des espaces publics, des lieux artistiques et de valorisation culturelle dédiés à la culture Mer & Terre

La ville-port doit nous inviter au carrefour des 10 arts qu'elle s'engage à promouvoir : 1er art - l'architecture, 2e art - la sculpture, 3e art - la peinture, 4e art - la musique, 5e art - la poésie, 6e art - la danse, le mime, le théâtre et le cirque, 7e art - le cinéma, 8e art - la radiodiffusion, la télévision et la photographie, 9e art - la bande-dessinée, 10e art - la gastronomie - l'art de la table - la cuisine.

Les Land'Art, l'expression artistique ODYSSEA d'information touristique

Dans les différents ports des villes labellisées ODYSSEA, une exposition sous forme de Land'Art devra être installée sur les quais, afin de valoriser l'histoire maritime de la commune au sein de son bassin de navigation et resituer cette histoire dans la grande histoire de la Méditerranée.



PATRIMOINE MARITIME : VECTEUR DE RÉFÉRENCE DU MODÈLE ODYSSEA

Constituant une nouvelle offre touristique sur le littoral, le patrimoine maritime se positionne aujourd'hui comme un domaine à fort potentiel pour l'ensemble des façades littorales françaises (métropolitaines et d'Outre-Mer). Susceptible d'attirer de nouvelles clientèles plutôt séduites par de nouvelles activités de loisirs que par le modèle balnéaire classique « mer-plage », la valorisation touristique de ce patrimoine représente ainsi un enjeu pour l'activité touristique littorale à l'échelle nationale. ODYSSEA soutient la valorisation auprès du public des bateaux porteurs du label officiel « Bateaux d'intérêt patrimonial » en favorisant leur regroupement dans les ports et l'édition de brochures concernant les unités locales, disponibles sur place : bureau du port, syndicat d'initiative, office du tourisme. . .



INTÉGRER LA VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE DE LA CONSTRUCTION NAVALE DANS L'OFFRE DU TERRITOIRE

Contributeurs : Jean Toma, David Donnini, UPPC - Judicaël Chasseuil, GEC ODYSSEA

Le projet ODYSSEA doit s'attacher à mettre en scène et raconter l'importance de cette thématique autour de la navigation à la voile latine, la découverte du patrimoine lagunaire et maritime, la restauration de bateaux, la valorisation des métiers de la construction navale traditionnelle, les visites guidées, la projection vidéo des savoir-faire locaux . . .

Un « bateau patrimonial » symbolise la commune dans chaque ville-port ODYSSEA

Le bateau patrimonial apporte à chaque port de plaisance partenaire du programme ODYSSEA le symbole culturel et l'attachement de la commune à ce patrimoine.



Le bateau patrimonial, identitaire a pour objectif de valoriser la culture maritime de la ville ODYSSEA labellisée « Patrimoine Phare de la Méditerranée ». Par ce bateau patrimonial, c'est une reconnaissance et une valorisation de l'histoire, de la culture, de l'identité, des us et coutumes, des savoirs et savoir-faire maritimes, fluviaux ou lacustres qui sont mis en avant selon différents axes que peuvent être les transports, la pêche, la construction navale, etc. Une réglementation concernant les bateaux patrimoines existe. Les villes ODYSSEA s'engageront à respecter cette dernière et travailleront en étroite collaboration avec les associations locales, départementales, régionales et nationales afin de valoriser et préserver ce bateau patrimonial d'intérêt touristique local.

Chaque commune devra choisir un bateau identitaire de son histoire, un travail sera fait avec un groupe de référents dont la Prud'homie, qu'il mettra en tourisme par des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication : commentaires, mise en images, spectacles autour de ce bateau, etc. Des chantiers de réinsertion, des commandes aux Compagnons de France et autres charpentiers de métier pourront être faites pour réhabiliter les bateaux patrimoines. Un travail sera mené en parallèle auprès des écoles locales (séance de travail, explication de l'histoire du bateau...). Ces bateaux patrimoniaux constitueront un des axes forts du programme culturel d'ODYSSEA car ils montreront l'emprise de l'histoire maritime passée de la commune sur le temps présent. Des partenariats seront mis en place entre différentes communes ODYSSEA autour de ces bateaux.

Exemple d'une activité économique liée à un bateau patrimonial : la pêche locale (petit métier ou autre). C'est une véritable histoire commune de l'Europe puisque des villes ou villages entiers ont vécu en grande partie de cette activité (que cela soit de mer, de rivière et de lagune). Cette activité a été à l'origine de la création de bateaux typiques et adaptés aux particularités des territoires, de leur positionnement géographique mais aussi de leur influence reçue ou émise tout au long des siècles passés. Ainsi en pays catalan il existe les barques catalanes, en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, les pointus, sur la Costa Brava, le Mare Nostrum, le Brago dans le golfe Adriatique, le bateau sardinal, le bateau thonaire... Il est possible, dans pratiquement chaque ville ou village ayant un port maritime ou fluvial, de retrouver un bateau identitaire de la pêche locale. Les principes de valorisation, d'actions et de promotion seront les mêmes. Une fois le choix du bateau patrimonial effectué, chaque commune l'installera sur un lieu central de la vie du port de plaisance, accessible sous forme d'animation à la population locale et à la clientèle touristique.

ODYSSEA la valorisation des métiers de la pêche

Contributeur : Philippe Calamel – GEC ODYSSEA

C'est une thématique identitaire à faire reconnaître, dans son aspect maritime, mais aussi lagunaire et fluvial.

La pêche concentre la plus grande variété de prestations et d'offres :

- découverte des techniques de pêche avec des professionnels « Pescatourisme »
- reconstitutions de pêches traditionnelles
- sentiers de découverte et routes touristiques de la mer et des lagunes
- fête de la mer ou de la St-Pierre
- musées et patrimoine
- Gastronomie et traditions culinaires
- visites de lieux professionnels : criée...

Ce thème se retrouve également très souvent de façon anecdotique au cours de visites historiques ou dans le parcours d'un musée. Mais cette valorisation est à l'image de celle du patrimoine littoral en général, c'est-à-dire très localisée et ponctuelle.

Si les sorties en mer ou la pêche au gros, très nombreuses dans les régions, bénéficient d'une publicité importante, d'autres activités du type visites de criées ou reconstitutions de pêches à l'ancienne restent assez confidentielles. De par leur nature même, ces prestations ne peuvent supporter trop de public, mais ce peu de promotion ne participe pas à matérialiser la « maritimité » des Régions et soutenir une filière qui en a besoin.

Les objectifs du modèle ODYSSEA sont :

- de contribuer à garantir la durabilité de l'activité de pêche artisanale d'une façon générale, en prenant en compte les aspects environnementaux, économiques, culturels et sociaux ;
- de contribuer à améliorer le développement d'instruments alternatifs dans le domaine de la gestion intégrée des pêcheries côtières ;
- de faciliter l'organisation des pêcheries côtières et notamment via la promotion de leur durabilité, la diversification économique, la prise en compte de la dimension patrimoniale et culturelle de la pêche, avec des répercussions positives attendues en matière socio-économique, en particulier par le maintien de l'emploi dans le secteur de la pêche comme dans ceux des activités amont et aval associées.

ODYSSEA la valorisation des salins et de la culture du sel

Le thème du sel est l'exemple type d'une offre d'importance historique qui souffre d'un manque de communication et d'offres structurées.

Le potentiel, la volonté et les actions existent pourtant et ce thème ne donne pas l'impression d'être bien mis en valeur et ne reflète en rien l'importance qu'a eue cette activité dans beaucoup de régions. Un des objectifs du programme des villes ODYSSEA sera de mettre en scène l'histoire du sel, ses routes, son utilisation dans l'histoire, l'économie, dans la gastronomie régionale, l'importance des ports et des voies navigables concernant son commerce. Les offres « salins » de découverte seront valorisées dans les outils du territoire et via les technologies numériques ODYSSEA.

ODYSSEA la valorisation du commerce maritime et fluvial

Fil rouge de l'itinéraire culturel des voies historiques et modernes de découverte ce thème est indubitablement le grand absent de la valorisation touristique actuelle de nos régions.

Or c'est l'une des principales composantes de l'itinéraire culturel ODYSSEA concernant la dimension portuaire de la région et son histoire commerciale, qui décline pourtant toute l'économie et les savoir-faire de nos régions, à tous les siècles : le vin, l'huile d'olive, le sel, le miel, le textile... .

Évoqué lors de visites guidées, notamment par rapport au transport du vin, le commerce maritime n'est que très partiellement présenté. Il est mieux traité dans l'Antiquité via les musées archéologiques. L'enjeu d'un vrai travail de valorisation culturelle et touristique de cette thématique est une des clés de réussite de l'itinéraire culturel maritime ODYSSEA dans une logique de patrimoine d'intérêt européen.

ODYSSEA la valorisation du travail de la sagne et de la conchyliculture

Ce sont deux activités économiques localisées, mais qui seront présentes dans l'offre culturelle et touristique ODYSSEA. Le travail de la sagne, la récolte de la « sagno » perdure malgré la diminution de l'emploi de ce roseau utilisé notamment pour couvrir les toitures des maisons traditionnelles des pêcheurs, la fabrique de paillassons en roseaux de Camargue dans la pure tradition, en palissade, en brise vue et de vent... .

Le thème de la conchyliculture est une culture et un patrimoine commun en Méditerranée et en Atlantique. Bien exploité en Languedoc-Roussillon : musée de l'étang de Thau, visites de mas conchylicoles, salon de la gastronomie ostréicole et des sites remarquables du goût, foire aux huîtres... Il reste encore un sujet à mieux expliquer et valoriser car beaucoup de choses restent à faire autour de l'huître.

VALORISATION DES TERROIRS CULTURELS : VECTEUR DE RÉFÉRENCE DU MODÈLE ODYSSEA

Les terroirs et les produits de terroirs constituent un vaste patrimoine culturel et biologique dont la diversité est essentielle dans le contexte de standardisation et d'uniformisation. Le modèle ODYSSEA contribue à rendre unique et gourmande chaque destination pour concrétiser un nouveau Tourisme d'Appellation d'Origine. Il valorise le caractère unique de chaque région, la valeur de ses savoir-faire, par la mise en avant des productions d'Appellations d'Origine et d'Indication Géographique Protégées (AOP et IGP).

ODYSSEA la valorisation du vin Culture et Patrimoine « ITER VITIS »

Le 15 mai 2009, le Conseil de l'Europe a reconnu « IterVitis - Les Chemins de la Vigne » 25ème Itinéraire Culturel Européen. Iter Vitis, les Chemins de la Vigne en Europe se fonde sur l'histoire culturelle de la vigne et du vin.

Le GEC ODYSSEA a signé un partenariat avec le réseau Iter Vitis pour valoriser cette thématique comme un vecteur identitaire incontournable de l'itinéraire culturel ODYSSEA. Tourné vers le paysage et le développement durable, il promeut la sauvegarde et la valorisation du paysage liées à la production viticole, comme outil de développement durable, au service du territoire et de ses acteurs, mais aussi comme élément d'identité européenne et témoignage d'un savoir-faire millénaire et du fruit du travail de l'homme. Cette volonté de sauvegarde et de mise en valeur s'inscrit dans les lignes directives de la Convention Européenne du Paysage.

Ce partenariat s'organise pour :

- Mettre en évidence comment la production viticole a toujours été un symbole identitaire de l'Europe et contribué à la protection de ces vignobles.
- Développer des actions pour une meilleure connaissance des territoires vitivinicoles et leur importance dans la culture européenne.
- Promouvoir une offre oenotouristique de qualité dans chacun des pays partenaires.

ODYSSEA et la Route de l'olivier un bien culturel commun

L'olivier a marqué, par sa présence, non seulement le paysage, mais aussi la vie quotidienne des peuples méditerranéens. Arbre mythique et sacré, il est associé à leurs rites et à leurs coutumes et a influencé leur mode de vie, en créant une civilisation particulière, la « civilisation de l'olivier ».

Les « Routes de l'Olivier » ont été inaugurées en 1998 et sont organisées par le réseau très dynamique de la Fondation Culturelle homonyme qui siège en Messénie (Grèce) et comprend de nombreuses institutions, organismes, universités et chambres de commerce des pays méditerranéens et européens.

ODYSSEA engage un partenariat pour que dans l'itinéraire Culturel ODYSSEA la thématique « Les Routes de l'Olivier » soit un thème fort et identitaire. Dans ODYSSEA, l'olivier symbolise l'arbre totem des rivages de cette mer Méditerranée, témoin de l'histoire des hommes depuis l'aube des premières civilisations. Mer trait d'union... ODYSSEA raconte celui tracé par ces navires qui la sillonnent depuis des millénaires ouvrant les routes de l'olivier mais aussi des épices, des métaux, du vin... C'est une histoire marine par son commerce mais aussi réalisé autour des marins et de leur navigation célèbre dont le Souvenir et la Mémoire doivent perdurer. Elles concrétisent des itinéraires de découverte et de dialogue interculturel. Le rameau d'olivier, hymne à la paix ! Aujourd'hui, ce sont encore des marins qui prennent le rameau d'olivier en main.

VALORISATION DES ITINÉRAIRES CULTURELS MARITIMES

ODYSSEA et la Route des Phéniciens

Le GEIE « La Route des Phéniciens » a pour objectif de relier les principales routes maritimes empruntées par les Phéniciens dès le 12^e siècle avant notre ère. C'est grâce à ces routes que les Phéniciens ont bâti une civilisation exceptionnelle, contribuant ainsi à la création d'une coine (« communauté ») culturelle méditerranéenne. Cette route traverse 18 pays et 3 continents, et plus de 80 villes d'origine phénicienne dont beaucoup se trouvent sur la rive sud. Le GEC ODYSSEA a conventionné avec Le GEIE « La Route des Phéniciens » pour construire ensemble l'itinéraire Culturel ODYSSEA où la thématique des Phéniciens sera l'un des piliers culturel et patrimonial structurants.

ODYSSEA et le voyage d'Ulysse

Il n'est certainement pas de personnage littéraire plus emblématique que celui d'Ulysse pour la Méditerranée et pour l'itinéraire culturel ODYSSEA. De nombreuses villes et de nombreux sites revendiquent son passage ou suggèrent qu'Homère en a décrit les composantes ou bien y a situé certains des épisodes de la longue Odyssée. Et en même temps, au cours de l'histoire de la littérature, de nombreux écrivains ont repris le mythe d'Ulysse pour créer de nouveaux symboles du voyageur, voire pour présenter une lecture de la Méditerranée contemporaine. Ce voyage de l'imaginaire sera un thème fort de l'itinéraire Culturel ODYSSEA.

ODYSSEA LA PLACE DE L'IMAGINAIRE

Le champ de l'imaginaire

Toute pensée vient d'un rêve. « L'homme est un être à imaginer. On ne peut étudier que ce qu'on a d'abord rêvé » *Gaston Bachelard*.

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, les arts... ODYSSEA donne les clefs de cette histoire qu'elle signale au fil de l'eau par des points d'intérêt pour la navigation. La valorisation de l'itinéraire et ses escales feront donc appel à l'imaginaire et tout un travail doit être entrepris pour en concevoir les applications.

Mais qu'est-ce dès lors que l'imaginaire ? Selon l'anthropologue G. Durand, l'imaginaire est un musée de toutes les images, qu'elles soient passées, possibles, produites ou à produire. La question est alors de savoir où peuvent être puisées ces formes. C'est une métamorphose du réel, une vision de l'avenir.

La valorisation de l'imaginaire dans ODYSSEA et le Musée imaginaire - Musée virtuel

De quelle nature sont ces sirènes qui nous appellent au départ ? Que faisons-nous en réalité quand nous pensons voyager ? L'espace du touriste ne se rapproche-t-il pas du temps « béni » de l'enfance : un espace d'illusions, médiatisé par des représentations et des images qui protègent le voyageur de la plongée vers l'inconnu ? En facilitant notre approche de l'Autre et de l'Ailleurs, notre imaginaire fait du tourisme une quête de sens mêlée de sociabilité ludique, une illusion pour apprivoiser le mystérieux et le fascinant. . . **ODYSSEA propose alors une exploration ambitieuse de l'imaginaire touristique.**

L'apparition des nouvelles technologies permet à l'itinéraire culturel ODYSSEA et aux musées associés de les exploiter à des fins de préservation, de conservation et de promotion du patrimoine.

Sortir les collections numérisées des musées pour les raconter dehors au travers des paysages culturels, tel est le défi du modèle Odyssea. Le musée virtuel proposé dans le modèle ODYSSEA relève donc de cette définition. Il serait une valorisation culturelle accessible au public, s'appuyant sur des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, les conservant (notamment par la numérisation des collections), les diffusant et les communiquant, les exposant (à travers des expositions virtuelles et les TIC mobiles), les utilisant aussi à des fins d'éducation et de dialogue avec le sensible.

Selon Geneviève Vidal, le musée virtuel constitue une référence au musée réel, « il présente des expositions, issues d'expositions réelles ou bien conçues exclusivement pour être mises en réseau ou sur disque optique, des informations sur les activités du musée, des articles, des fiches de lecture sur les œuvres. » Il peut « être géré par les acteurs traditionnels des musées, mais aussi par les responsables des services touristiques des villes cherchant à valoriser leur patrimoine, ou encore des individus passionnés ».

L'intérêt aujourd'hui avec les réseaux sociaux et autres nouveaux médias est justement de pouvoir s'affranchir de cette référence et de proposer quelque chose de particulièrement novateur. Un musée virtuel peut apporter du contenu complémentaire au musée réel, une autre façon de voir les choses. Une interprétation virtuelle selon le modèle ODYSSEA, quant à elle, dans les « Paysages culturels racontés » doit être traitée comme une exposition à part entière.



LE TRAVAIL DU COMITÉ SCIENTIFIQUE ODYSSEA : LA VALEUR AJOUTÉE DU RÉSEAU

Contributeurs : Eleonora Berti et Michel Thomas-Penette, IEC

Au moment où le programme ODYSSEA va franchir un cap majeur en présentant sa candidature pour devenir Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe, il était important de réunir un Comité Scientifique dont le rôle sera de garantir la qualité des recherches qui irriguent non seulement la mise en place de l'ensemble du projet mais qui, de plus, garantissent que le discours qui sera tenu soit parfaitement fondé scientifiquement et propose une vision actuelle, ouverte et interculturelle de la Méditerranée.

La réunion du Comité Scientifique qui s'est tenue en parallèle de la réunion politique, stratégique et médiatique des 28 et 29 octobre 2011 à Agde, a connu une seconde session durant le Salon « Nautic » à Paris, en décembre 2011, et par conséquent, a permis de fixer un cap et donner des lignes de travail pour tout ce qui concerne les contenus et les valeurs sur lesquelles se fonde la mention du Conseil de l'Europe.



Dans la mesure où la reconnaissance d'un Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe requiert des conditions de respect de l'authenticité des faits, suscite la confrontation et le dialogue entre les opinions scientifiques et la pluralité des points de vues et doit s'appuyer sur une approche multiculturelle et pluridisciplinaire, cette pratique scientifique se situe à l'origine de toute démarche.

Elle concerne non seulement l'état des lieux de la recherche sur le thème, ce qui doit paraître une évidence, mais aussi une mise en commun des valeurs européennes du thème, ce qui l'est moins et détermine un champ de recherche interdisciplinaire réellement nouveau et totalement indispensable.

Cette pratique est garantie par un Comité Scientifique pour chaque itinéraire et elle doit continuer à se développer au cours de la mise en place et du développement de l'itinéraire car il est toujours nécessaire de redynamiser les actions par de nouvelles découvertes ou de nouveaux points de vue issus de la recherche.

Ce qui nécessite de :

- Envisager tous les domaines scientifiques concernés
- Recenser les personnes ressources
- Valider un concept touristique par l'analyse de son contexte géopolitique et interculturel
- Valider un concept touristique par l'analyse de son contexte paysager et environnemental
- Valider un concept touristique par l'analyse de son contenu patrimonial
- Réfléchir aux messages et à la narration
- Interpréter et médiatiser

Des exigences

Le discours de médiation doit être fondé sur le discours scientifique et ses thèmes doivent être choisis avec les chercheurs et les analystes les plus compétents, dans une approche pluridisciplinaire.

L'examen des différents critères inscrits dans le Règlement met bien en avant la notion de narration et ses exigences. Ces exigences insistent en particulier sur le choix des patrimoines et de leur contexte, mais elles donnent également des repères sur la manière de structurer le récit proposé dans le contexte d'une interprétation européenne.

Il doit s'agir d'un récit ouvert sur l'autre, un récit fait de découvertes et de redécouvertes, souvent symboliques, un récit riche en perspectives situant non seulement le contexte historique et mémoriel des patrimoines choisis, mais en les mettant aussi en perspective dans les contextes géopolitiques qu'ils ont traversés, y compris s'ils ont été l'objet de conflits ou de controverses quand ils ont été constitués, ou s'ils ont fait l'objet d'instrumentalisations, d'appropriations identitaires ou de confiscations.

Et enfin il s'agit d'un discours pédagogique qui donne à lire ce que veulent dire concrètement le respect et l'application des Conventions sur la conservation et la restauration ou encore la valorisation de ces mêmes patrimoines dans les contextes culturels et sociaux des différentes époques qu'ils ont traversées, y compris bien entendu, leur place, voire leur réemploi aujourd'hui.

Il s'agit certainement du critère le plus difficile à appliquer car il demande à la fois un très bon dialogue et une très forte collaboration entre les chercheurs et les médiateurs, tout comme une grande exigence dans la nature et le fonctionnement des outils de communication et d'information, qu'ils soient classiques : brochures et guides ou qu'ils fassent appel aux nouvelles technologies de l'information. Sans oublier la formation des médiateurs du patrimoine, des guides accompagnateurs et des guides interprètes et de tous les réceptifs qui sont au contact direct du public.

Cette exigence de valorisation, qui passe d'abord par la prise de conscience de la nécessité d'une médiation en termes européens, nécessite aujourd'hui une sensibilisation et/ou une formation des acteurs qui restent, dans presque tous les pays d'Europe, très embryonnaires.

S'adresser aux jeunes

Le programme des Itinéraires culturels a pris rapidement en compte le fait qu'un de ses publics privilégiés était constitué des jeunes Européens. La raison en est évidente : ce sont eux qui vont construire la Grande Europe. Mais ce sont également eux qui souffrent le plus d'un effacement progressif de la mémoire des événements qui ont forgé leur continent commun et lui ont donné ses caractéristiques d'aujourd'hui. C'est la raison pour laquelle des expériences de pédagogie du patrimoine et de citoyenneté européenne, fondées sur les thèmes et les contenus des Itinéraires culturels, doivent être prises en compte par les agents du patrimoine et des musées, en relation étroite avec les enseignants et les animateurs, en temps scolaire ou non scolaire.

Il s'agit là aussi d'un champ peu exploré et dans lequel les classes européennes du patrimoine, les rencontres tri-nationales dans le cadre des Centres de Culture Européenne font figure d'initiatives pionnières. Certaines actions pilotes ont été préparées par le Conseil de l'Europe et l'Institut Européen des Itinéraires culturels à titre incitatif. Il s'agit des classes culturelles européennes, du collège de la citoyenneté européenne sur les cultures religieuses en Europe ou encore des classes jardins européennes.

Dans tous les cas, il devrait exister des ponts étroits entre les exigences de formation aux contextes européens des patrimoines, requises pour les médiateurs et celles requises pour les enseignants, tout particulièrement dans le cadre de la préparation des visites et des voyages scolaires.

Ce qui nécessite de :

- Réfléchir à des contenus et des axes de narration : synopsis et scénarios
- Créer des ponts avec les Comités scientifiques des Itinéraires culturels intégrés
- Réfléchir à des démarches d'interprétation et de narration innovantes
- Mettre en place un atelier scientifique en ligne
- Mettre en place un atelier d'écriture : textes, images et sons
- Mettre en place des ateliers de partage d'expériences
- Mobiliser des réseaux sociaux professionnels
- Mobiliser des partenariats avec les médias

Intégrer la création

Les Itinéraires culturels ne doivent pas rester « passésistes » mais doivent au contraire faire revivre les traditions, les savoir-faire, les pratiques oubliées, les dimensions musicales ou littéraires des thèmes, les cultures et savoirs populaires, en les inscrivant dans leur dimension la plus actuelle, soit par de nouvelles pratiques de production tournées vers les visiteurs et les touristes, soit par la relance de filières de production sur des créneaux à forte valeur ajoutée, soit par la création contemporaine. Cette dernière peut être réalisée dans le cadre d'une confrontation entre patrimoine, artistes et arts contemporains, dans le cadre d'une création de novo ou encore dans le design et la présentation des éléments constitutifs de l'itinéraire (balisage, éclairage, charte graphique, cadeaux...). C'est donc une nécessité de faire appel à tous les métiers de la création artistique et des métiers d'art de création.

Si certaines pratiques artistiques sont en quelque sorte intrinsèques aux thèmes : performances musicales ou théâtrales, création architecturale, design mobilier, design graphique, innovations techniques, cinéma documentaire de création, il n'en reste pas moins que la nécessité d'identifier la manière dont des filières de production artistique peuvent être confortées ou relancées, reste très importante. Si le programme encourage à juste titre la mise en valeur de savoir-faire, de traditions et de productions rurales en voie d'extinction, ou bien encore de process artisanaux ou industriels aujourd'hui marginalisés, il s'agit là d'un des domaines où l'impact sur les petites et moyennes entreprises, celles du spectacle et des arts vivants, comme les entreprises agricoles et artisanales peut être le plus important.

Quels thèmes / Quelles interrogations ?

L'actualité de la Méditerranée nous met obligatoirement en face d'une diversité fabuleuse et d'un impact incontournable des mouvements sociaux-politiques qui sont en train de l'affecter. La dernière partie du document introductif, qui suggérait des axes de réflexion aux experts, vise seulement à présenter des interrogations et recenser des thèmes possibles, qu'ils soient déjà inclus dans les Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe ou qu'ils puissent faire l'objet de recherches et de médiation.

Citations

Quelques citations viennent donner l'ampleur de civilisations qui se confrontent et cherchent en même temps leurs racines communes et leur place dans la mondialisation :

« Il s'était donné pour objectif de connaître toutes les îles et il les visitait dans l'ordre alphabétique, deux ou trois par été. Ce système l'obligeait à effectuer des trajets compliqués, de se rendre de Céphalonie en Crète et de Lemnos à Macronissos, il soutenait cependant qu'il était préférable à tout autre. L'ordre alphabétique remodèle la carte, il offre à des lieux qui n'étaient pas destinés à se rencontrer la possibilité de faire connaissance, il constitue le point de départ de dialogues inattendus, disait-il. Je suis la logique farfelue des dictionnaires, qui placent les uns à côté des autres des termes sans le moindre rapport entre eux. Il s'est rendu l'an passé à Rhodes et, comme le nom d'aucune autre île ne commence par r, il a ensuite découvert Samothrace. Je songe qu'il ne verra jamais Santorin. Et cela me chagrine, bien sûr. Infiniment de petits malheurs poussent autour des grands. »

Vassilis Alexakis, *Le Premier Mot*, Stock 2010.

« Le détroit de Gibraltar, hier trait d'union entre diverses facettes de la culture méditerranéenne, est devenu, ces dernières années, le symbole tragique



d'une fracture béante entre deux mondes. » - Ouidad Tebbaa

« Quiconque écrit sur la Méditerranée ou y navigue, doit avoir pour cela quelque raison personnelle. » - Predrag Matvejevic, Bréviaire sur la Méditerranée

« Aujourd'hui... la Méditerranée nous fait mal, la Méditerranée se déchire, la Méditerranée se perd. Les grandes oasis historiques cosmopolites, pluriethniques ou pluri religieuses que furent Alexandrie, Grenade, la Sicile de Frédéric II, Istanbul, la Bosnie, sont englouties... Et pourtant ce sont elles qui doivent nous inspirer, nous autres Méditerranéens. » - Edgar Morin, préface à *Tumulte de la houle* de Baltasar Porcel

Les points d'appui, les stratégies de travail

- Mobilisation de NECSTouR – recensement des Régions d'Europe impliquées ;

- Communication des valeurs européennes de la proposition auprès des pays concernés de l'Union pour la Méditerranée;

- Mise en cohérence avec les approches concernant les indicateurs EQUALTO (évaluation de la durabilité touristique portant sur les projets, les produits, les entreprises, les destinations), EVALTO (évaluation des impacts physiques et psychologiques) et NETJAC (échanges de bonnes pratiques de durabilité entre porteurs de projets et analyse de projets en termes de durabilité) ;

- Recensement des itinéraires périméditerranéens déjà labellisés par le Conseil de l'Europe et de leurs composantes nationales, régionales et locales : thèmes, sous-thèmes, déclinaisons, périodes historiques, rapports croisés, dimension de marketing territorial commun, en insistant prioritairement sur :

- Les Routes de l'Olivier
- La Route des Phéniciens
- L'Héritage Al-Andalus
- La Route des Sépharades
- L'itinéraire du Patrimoine des Migrations
- L'itinéraire du Patrimoine juif
- L'itinéraire des Parcs et Jardins, Paysage...
- Iter Vitis

- Recensement des itinéraires périméditerranéens en cours d'évaluation et de leurs composantes nationales, régionales et locales : thèmes, sous thèmes, déclinaisons, périodes historiques, rapports croisés, dimension de marketing en insistant particulièrement sur :

- Les routes maritimes, fluviales et des lacs de l'Europe du Sud-Est
- Les Routes de la musique byzantine en Méditerranée
- L'itinéraire de saint Paul
- La Route d'Abraham
- Les pèlerinages maritimes
- Les Chevaliers de Malte ;

Et dans un second temps :

- La Via Egnatia
- Les Routes d'Alexandre le Grand
- Les Lyciens
- Vikings et Normands, patrimoine européen



- Etude des liaisons entre itinéraires terrestres déjà labellisés par le Conseil de l'Europe et de leurs interfaces lacustres, fluviales et maritimes en insistant particulièrement sur :
 - Les itinéraires de pèlerinage
 - L'Influence monastique
 - Les personnages européens
 - Les architectures militaires fortifiées

Recherches sur l'interprétation et la médiation du grand thème

Présumé :

« Les itinéraires de la culture méditerranéenne se développent par nature à l'interface de la terre et de la mer. Les Phéniciens, puis les Grecs et les Romains après eux, ont établi des comptoirs pour échanger des produits et ont transporté des éléments constitutifs du paysage et de la vie quotidienne, comme la vigne et l'olivier. Les civilisations arabo-berbères d'al-Andalus n'ont pas seulement colonisé la péninsule ibérique pour en faire un paysage jardiné structuré et un réseau d'étapes aux médinas ombragées et aux palais somptueux, mais ils ont amené avec eux, par leur va et vient entre les deux rives, des savoirs dont les Européens sont les héritiers : philosophie, astronomie, médecine, art des jardins, géographie. Quant aux Juifs Sépharades, quittant forcés et contraints une Espagne multiculturelle qui cherche au XVe siècle une unité forte dans la reconquête catholique, ils se sont installés avec leur langue et leurs traditions aussi bien dans les ports du Maghreb, qu'à Thessalonique ou Istanbul. Il s'agit là d'un ensemble de parcours et d'échanges qui touchent autant à l'agronomie qu'aux traditions culinaires, à l'architecture et à l'urbanisme antique qu'aux savoirs conceptuels et aux religions. Tout ceci sans parler des mouvements de bateaux amenant les croisés vers la Terre sainte, puis les pèlerins venus de Rome jusqu'à Bari par la Via Francigena du Sud pour embarquer vers Jérusalem. »

Extrait de l'article du Jeudi, hebdomadaire luxembourgeois, 1er juillet 2010, Michel Thomas-Penette.



Quelques axes de narration historique et géographique et mémorielle

- La mer de trois continents
- Contrôler les façades maritimes
- Une politique de comptoirs et de colonies
- Des bateaux pour tous usages
- Naissance et confrontation des écritures
- Une agronomie portuaire
- Le langage du Textile
- Les Villes des Découvertes

- Les territoires du Livre
- Archéologie des civilisations, des métissages assumés
- La Méditerranée par siècle
- Les grands ports dominateurs : Vénitiens et Génois
- Le Doge et le Sultan
- Creuser un canal
- Colonies et indépendances
- Les voyages, de Marco Polo à Benjamin de Tudela...

Quelques axes de narration paysagère

- Le voyage des plantes
- Paysages naturels et réserves
- Paysages inventés, savants et cultivés
- Paysages imaginaires
- Paysages géopolitiques
- Protections et réserves
- Les grandes cultures, marqueurs des territoires
- Economie de l'eau, entre lacs, fleuves, deltas et mer
- Les bâtisseurs de ports – défense, accueil et commerce...

Quelques axes de narration littéraire, photographique et cinématographique

- Les voyages imaginaires
- Le voyage des mots
- Les récits de l'interculturalité
- Les ports, décors de la narration
- Les films, décors méditerranéens
- Bréviaires méditerranéens...

Premières conclusions DU COMITÉ SCIENTIFIQUE ODYSSEA

Quelques grands messages, avant des conclusions plus complètes :

Les experts ont souligné la grande qualité de l'itinéraire au-delà des enjeux et de la stratégie... Une grande ambition qui exige une rigueur importante sur les thèmes choisis... Quels ports pour quelles histoires ?

Ils ont recommandé :

- de travailler sur des fondements scientifiques larges, avec des messages d'interprétation et de médiation ouverts ;
- de savoir affronter résolument la complexité et la diversité ;
- de faire face à l'histoire gréco-latine, mais de travailler bien en deça et bien au-delà de cette période, dans une appréhension totale

de l'histoire, du monde arabe à l'Europe.

- de ne pas oublier l'importance de la créativité : des théâtres antiques à la danse contemporaine.
- de respecter et encourager la transversalité du patrimoine artistique.
- d'utiliser les mythes comme grille de lecture du contemporain. . .

Méthodologie de TRAVAIL :

Première phase

- Trouver des axes de lecture de la Méditerranée à travers des grandes étapes de l'histoire et à travers la coopération avec les Itinéraires culturels qui ont déjà reçu la certification du Conseil de l'Europe.
- Engager une discussion pluridisciplinaire pour structurer des coopérations culturelles à travers la Méditerranée, via les membres du Comité Scientifique et les axes de lecture de la Méditerranée proposés.
- Rechercher des éléments communs aux rives de la Méditerranée dans les différents domaines à travers l'histoire (les histoires) de la Méditerranée (oenogastronomie, paysage, urbanisme, traditions et patrimoine immatériel. . .).

Deuxième phase

- Mettre en place des parcours de lecture du patrimoine qui prévoient un changement du point de vue, de la perspective de la terre vers la mer à celle de la mer vers la terre.
- Ce nouveau point de vue permet de comprendre la géographie des lieux et la structure des systèmes territoriaux à travers l'histoire et de remettre en discussion le rôle actuel de la ville-port et son rôle dans le contexte géographique, social, sociologique, culturel, économique de la Méditerranée d'aujourd'hui.
- Sensibiliser les différents pays membres du projet ODYSSEA à la réflexion commune et à l'échange de bonnes pratiques en particulier pour la mise en place des chartes, conventions, travaux sur le patrimoine maritime méditerranéen (par exemple, Charte UNESCO archéologie sous-marine). Ce travail en commun pourra donner aux membres du réseau une base d'outils et de méthodologies communes qui s'appuient et se fondent sur les principes exprimés dans les chartes internationales sur les sujets traités.

Troisième phase

- Des études de cas seront sélectionnées avec les porteurs de projets, afin de tester les méthodologies de travail proposées par le Comité Scientifique à travers des rencontres sur le terrain avec les élus et les habitants.
- Le Comité Scientifique pourra travailler de manière plus approfondie en formant des commissions de travail sur de sujets plus ponctuels, afin de mieux définir les axes de narration et structurer le discours offert au voyageur.

LE TOURISME CULTUREL, VECTEUR ATTRACTIF ET IDENTITAIRE DU MODÈLE ODYSSEA

Contributeur : Michel Thomas-Penette, Directeur IEC

Définitions et évolutions

Qu'est-ce de fait que le tourisme culturel ? Comment le caractériser au sein du tourisme en général ? Quelles sont ses composantes et son impact réel ? Ces questions sont posées régulièrement dans les instances mondiales, nationales et régionales qui analysent et observent les phénomènes touristiques. On peut consulter les données réunies par l'Organisation Mondiale du Tourisme, l'OCDE (Politique du tourisme et tourisme international dans les pays membres de l'OCDE) celles d'ATOUT FRANCE, de l'ICOMOS, d'Eurostat ou de l'Unité tourisme de la Commission Européenne qui a en particulier consacré trois études aux bonnes pratiques dans le domaine du tourisme urbain, rural et en montagne et mis en œuvre le programme Calypso pour le tourisme social et le concours sur les destinations d'excellence (EDEN). Chaque pays, chaque région et chaque département publient également un compendium annuel où l'on peut trouver des informations chiffrées utiles. Mais il est clair que si les analyses nationales sur le tourisme culturel sont encore peu nombreuses et restent marginales au sein des statistiques générales du tourisme, beaucoup reste à faire pour donner une meilleure image de ce secteur économique dans ses composantes régionales, en tenant compte encore une fois d'un modèle de fonctionnement qui n'a pas d'équivalent dans les autres secteurs productifs.

Si les statistiques économiques sont rares, par contre, les aspects structurels et sociaux du tourisme culturel ont suscité de nombreux travaux anthropologiques, comme le prouvent les récentes « Doctoriales du tourisme » organisées en septembre 2011 par l'EIREST à Paris. On peut donc se faire une idée assez précise de son importance et surtout de la nature des « touristes culturels ». Parmi tous les analystes de la montée et de la diversification du tourisme culturel, Greg Richards a réuni avec son équipe le plus grand nombre d'observations statistiques. Depuis la reconnaissance par la Commission Européenne en 1990 du tourisme culturel comme un segment en croissance des marchés touristiques, Greg Richards s'est vu confié une série d'études dans le cadre de l'« European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) ».

Des rapports très structurés ont été fournis en 1996. Ils ont fait l'objet de nombreuses présentations lors de réunions organisées par l'Institut Européen des Itinéraires culturels seul ou en coopération avec des opérateurs publics ou privés et des responsables d'itinéraires culturels. Cela permet de donner un résumé très général de ces études. L'étude de 1996 est fondée sur le questionnement de 6500 visiteurs dans 26 sites de neuf pays différents. L'étude a été répétée en 1997 aux Pays-Bas, au Royaume-Uni, en Hongrie, en Finlande, en Irlande et au Portugal. Elle a été complétée depuis à la demande de certaines villes, comme Barcelone qui a préparé une grande opération culturelle et économique l'année 2004.

Parmi d'autres organismes apportant des financements pour le patrimoine, la Loterie nationale anglaise a également publié des données convaincantes. « Un argument central de notre contribution financière a toujours été que le patrimoine crée un effet multiplicateur pour le tourisme, le cinquième secteur industriel en termes d'importance au Royaume-Uni. La croissance du nombre de visiteurs dans les propriétés « d'English Heritage » est remarquable. Ils se sont accrus de 17% durant l'été 2009 et le nombre de visiteurs dans les sites gérés par le « National Trust » ont augmenté d'un facteur cinq durant la même année. »

Enfin, les données d'ATLAS ont fait l'objet de réactualisations et de compléments. Ainsi Paschinger (2007) a combiné la distinction faite par ATLAS entre le tourisme culturel spécifique et le tourisme culturel général avec les travaux de McKercher et Du Cros (2002) afin de mieux cerner le marché du tourisme culturel.

Les données les plus constantes doivent être soulignées de nouveau :

Les « touristes culturels » du cœur de cible sont des personnes de niveau scolaire élevé disposant de revenus également élevés, ce que l'on nomme « new middle class » et correspondent au profil sociologique de Pierre Bourdieu pour lequel la consommation est un signe de distinction. Contrairement à une opinion courante, plus de 30% d'entre eux ont moins de 30 ans (11% ont un statut d'étudiants). Le record étant même atteint par les touristes français (40%). Ils recherchent à approfondir les connaissances acquises à l'école et 36% d'entre eux sont des touristes dont les activités de loisirs restent exclusivement centrées sur le domaine culturel. En termes de lieux de visite on retrouvera sans s'en étonner les grandes villes.

Parmi les facteurs de distinction les mots « atmosphère » et « authenticité » sont les plus souvent cités. Mais un phénomène nouveau est intervenu durant ces cinq dernières années, celui de la mise en réseau des acteurs, mais aussi des touristes qui sont aujourd'hui mieux caractérisés par les termes comme : « co-acteurs » ou « co-créateurs » que des consommateurs au sens traditionnel du terme.

Si le Directeur du Touring Club italien, qui a lancé en 2003 un programme intitulé « La péninsule du trésor » estimait à 25,5 % la part du public ayant des motivations essentiellement culturelles, les recherches les plus récentes font évoluer ce chiffre vers 40% (Etude d'impact des itinéraires culturels sur l'innovation et la compétitivité des petites et moyennes entreprises - Conseil de l'Europe et Commission Européenne 2011).

Enfin, il faut tenir compte du début de la vague de départs à la retraite des « baby-boomers » dont les conditions de revenus et de santé en font de nouveaux adeptes pour un tourisme culturel et actif, un phénomène qui n'a fait que s'amplifier depuis la fin des années 90.

Il est toutefois vrai que « la culture est un phénomène tellement large et complexe qu'une définition claire du « tourisme culturel » en devient impossible et peut même s'avérer inutile. » (Tomas Studzieniecki) C'est donc plutôt un choix personnel et pratique qui guide chaque touriste dans la recherche d'un investissement culturel personnel et d'une ouverture à la culture des autres, ce dont les opérateurs doivent tenir compte. Aux pratiques culturelles légitimes et traditionnelles, de distinction sociale, s'ajoutent peu à peu, voire se substituent des souhaits vis-à-vis d'une connaissance des cultures populaires, des disciplines scientifiques et techniques, des jardins et espaces naturels, dans leurs composantes culturelles et historiques. Il s'agit là d'un changement plus général des modes de consommation, quel que soit leur domaine, dans lequel certains économistes et sociologues pensent percevoir l'émergence d'une nouvelle génération de consommateurs plus conscients et plus « actifs ».

Nous ne proposons là que quelques grands faits qui concernent la demande. On pourra se reporter au rapport préparé par l'Institut Européen des Itinéraires culturels pour le Congrès des Pouvoirs Locaux et Régionaux du Conseil de l'Europe en ce qui concerne la diversification de l'offre (rapport préparatoire à la publication « Promotion du tourisme culturel en tant que facteur de développement des régions » - Editions du Conseil de l'Europe, 2005). En effet si les monuments majeurs et les centres historiques des villes restent toujours des attractions essentielles, certains faits et certains chiffres donnent à réfléchir sur le rôle que les Régions peuvent jouer dans la mise en œuvre de nouvelles propositions à partir de sites patrimoniaux alternatifs, de paysages culturels, d'événements culturels ou de nouvelles démarches territoriales. Nous ne voulons citer ici que quelques-unes de ces nouvelles approches qui concernent très directement la manière de mettre en œuvre les itinéraires culturels sur le plan touristique, données reprises par Greg Richards dans l'étude du Conseil de l'Europe et de la Commission Européenne citée plus haut :



Le développement des circuits thématiques, des séjours à la ferme (on parle de co-farming), d'accompagnement des pêcheurs (pescatourisme) voire des découvertes nocturnes dans certains patrimoines plus secrets comme les cimetières patrimoniaux.

- La prise en compte du paysage culturel qui a amené les opérateurs réceptifs à proposer des excursions fondées sur la biologie ou la gastronomie, les produits du terroir, la géomorphologie, la visite des entreprises de production artisanale ou industrielle. . .
- Aux grands sites archéologiques classiques du pourtour méditerranéen, se sont ajoutés des sites plus méconnus le long de la Mer Noire, en Roumanie ou en Bulgarie, voire dans les pays de la zone caucasienne. Mais surtout, un vif intérêt est apparu pour les sites Vikings, non seulement en termes de visites, mais surtout dans des propositions touristiques de participation aux fouilles (trekking archéologique).
- Le travail d'archéologie sur les sites industriels a conduit à un intérêt certain : Lewarde, un site minier du nord de la France reçoit de manière continue plus de 200.000 visiteurs par an.
- Les sites militaires (forteresses, fortifications, bastides, lignes de défense) ont été scénographiés et constituent maintenant des hauts lieux du tourisme atteignant plusieurs centaines de milliers de visiteurs. L'itinéraire Wenzel à Luxembourg ville comptait à la fin des années 2000 entre cent et cent cinquante mille visiteurs payants par an et au moins autant en visite libre.
- Les Parcs et les sites naturels sont de plus en plus fréquentés (Plusieurs millions de visiteurs pour chacun des grands parcs français).

• Les jardins historiques ou contemporains ne sont pas en reste. Dans ce domaine, le Royaume-Uni ne fait plus cavalier seul. La France, l'Italie, l'Espagne, la Pologne ou la Russie connaissent une évolution importante, même si l'un des plus grands succès en termes de démarche touristique de ces toutes dernières années (si l'on met de côté le domaine de Versailles, la Villa d'Este ou Kew Gardens) reste le domaine de Heligan en Cornouailles avec près de 400.000 visiteurs dix années après son ouverture. Succès qui a été renouvelé avec l'inauguration au



début des années 2000, toujours en Cornouailles, de serres climatiques (Eden project) avec plus d'un million et demi de visiteurs par an et une mise en place dans les catalogues de nombreux tour-opérateurs européens.

S'il est une tendance importante qui se développe en région en ce qui concerne le tourisme culturel c'est bien le « tourisme de mémoire ».

Il semble logique que dans la mesure où l'Europe retrouve des bases plus larges et que les visiteurs et les touristes peuvent de nouveau franchir des frontières autrefois plus drastiques, la question des conflits dramatiques qui ont déchiré le continent les préoccupe. Au même titre que le patrimoine industriel devient une clef de lecture d'une organisation sociale en voie de disparition, les lieux de mémoire constituent autant d'hommages aux disparus et aux sacrifiés de l'Europe du XXe siècle, tout comme un moyen de coopération transfrontalière entre les pays et les régions d'Europe qui ont un travail de mémoire à réaliser ensemble pour construire un nouveau continent de dialogue, de paix et de démocratie. L'approche de la célébration de la « Grande Guerre » en 2014 renforce encore le nombre de projets en France, comme en Belgique et aux Pays-Bas.

Nous l'avons déjà précisé plus haut, dans ce contexte, ce sont les petites et moyennes villes qui se sont retrouvées de fait majoritairement au cœur de la nouvelle offre. C'est en grande partie la raison pour laquelle le programme « PICTURE » financé par la Commission Européenne entre 2005 et 2008 s'était fixé comme objectif « la création d'un cadre de développement d'une stratégie d'administration urbaine pour la gestion durable du tourisme culturel dans les petites et moyennes villes d'Europe. Ce cadre doit permettre la mise en place et l'évaluation des politiques touristiques au niveau local, en vue d'optimiser les bénéfices en matière de conservation et de mise en valeur du patrimoine bâti et sa diversité, mais également en matière d'amélioration de la qualité de la vie urbaine. »

Pour accomplir ces objectifs, différents buts scientifiques ont été définis :

- L'évaluation de la dynamique des effets du tourisme sur les ressources économiques, sociales et de l'environnement dans les villes de petite et moyenne taille en Europe, en tenant compte de la diversité du patrimoine bâti et de la qualité de la vie urbaine ;
- L'identification et l'estimation des nouvelles stratégies urbaines d'administration pour le développement durable du tourisme culturel dans les petites et moyennes villes ;
- L'apport aux administrations locales et aux décideurs des outils qui vont leur faciliter l'évaluation de l'impact du tourisme dans leur ville, avec un regard attentif sur le patrimoine bâti et la qualité de la vie urbaine, et ceci dans le but de pouvoir améliorer les stratégies, les plans et les politiques de la ville dans ce domaine ;
- Le rassemblement et la diffusion des savoir-faire et les bonnes pratiques du tourisme culturel durable en Europe, en se concentrant sur ses effets sur la conservation et la mise en valeur de la diversité du patrimoine bâti et la qualité de la vie dans les petites et moyennes villes.



Les résultats de ce programme auquel l'Institut Européen des Itinéraires Culturels a participé sont disponibles sur le site dédié :

<http://www.culture-routes.lu/picture/>

La mise en tourisme culturel du patrimoine

C'est un grand champ d'interrogation qui a été ouvert par la question de la mise en tourisme du patrimoine. Dans l'approche de la question « comment les éléments du patrimoine peuvent-ils faire sens dans la construction d'une identité commune », il convient de réintroduire un personnage, le touriste. Ce dernier est facilement oublié : son image n'est pas forcément positive. Riche, on l'accuse d'imposer avec arrogance ses devises et ses discours aux pays qu'il traverse ; plus modeste, on l'accuse de faire masse, de se déplacer en hordes qui altèrent les monuments, gâchent les paysages et de se contenter de discours simplistes, voire réducteurs, sur les pays qu'il traverse. . . Que ce soit dans les commentaires explicites ou dans la façon même dont il s'est constitué, le patrimoine historique a donc longtemps véhiculé des représentations ou des valeurs qui séparaient plus qu'elles n'unissaient les Européens. Cependant on peut aussi considérer que cet ensemble de souvenirs pétrifiés dans la pierre ou couchés dans les pages des fascicules historiques est aussi ce qui les unit. En premier lieu, il témoigne d'un passé commun malgré ses fractures et ses déchirures. . . Sommes-nous sûrs que partout notre utilisation du patrimoine est raisonnée ou raisonnable ? Ne sommes-nous jamais tentés de nous servir de chapelles anciennes pour revendiquer un « droit » sur un sol ? De protéger les monuments qui nous conviennent et de laisser les autres, tomber en ruine ? Rien n'est simple dans ce domaine : les intentions des gouvernements, les attentes des visiteurs, la logique marchande, la doctrine des conservateurs ne coïncident pas forcément. Protéger, visiter, « dire » quelque chose sur le patrimoine, c'est toujours le résultat d'un compromis entre des attentes différentes. Au moment d'associer le patrimoine à une identité européenne, autant être conscient de toutes ses dimensions et se montrer vigilant. De telles remarques de prudence sont également mises en avant, de manière certainement encore plus virulentes par Françoise Choay dans « l'Allégorie du patrimoine » dès les années 80.

On comprend bien que les contradictions restent fortes et qu'elles nécessitent une médiation entre les partenaires potentiels, mais il nous semble que le cadre des itinéraires culturels où toutes les parties prenantes sont déjà réunies, du monde de la recherche à celui de la décision politique, est propice à cette ouverture vers une industrie touristique raisonnée.

Néanmoins, on est en face de positions contrastées.

D'un côté, il s'agit de la recherche du respect et de l'intégrité des faits culturels, de la nécessité de respecter les chartes et les conventions sur la protection et la valorisation du patrimoine, de la volonté d'un aménagement culturel équilibré et durable du territoire, ce qui implique une longue analyse préalable et des investissements coûteux. Mais il s'agit aussi de l'implication d'actions sociales et éducatives qui fassent en sorte que les « visités » participent eux aussi à la constitution de l'offre, pour qu'elle soit à la fois le reflet de leur identité passée, sans folklorisation, de leur réalité sociale actuelle, et sans exclusion. On ne montre pas un patrimoine de manière innocente, d'autant moins lorsqu'il est lié à un passé récent et parfois douloureux.

De l'autre, on tendrait plutôt à privilégier les lois du marché en instrumentalisant la culture vers ses avatars les plus attractifs, en choisissant une offre de loisirs qui satisfasse le plus grand nombre au sein de parcs de loisirs ou à thèmes, dont tous n'ont d'ailleurs pas trouvé leur public. Ou bien, à l'opposé, on recherche des manifestations de prestige réservées à une élite et, en établissant un partenariat économique tourné vers la priorité de l'équipement de luxe, on restaure châteaux et villas, jardins et résidences pour recréer le « charme du passé ». Même s'il existe fort heureusement des exceptions et des professionnels avec lesquels le dialogue est déjà engagé, la lecture des catalogues des tour-opérateurs les mieux intentionnés à l'égard de l'esprit de découverte et des activités culturelles laisse trop souvent percevoir une offre dont les typologies restent relativement peu diversifiées, face à une demande qui semble par contre de plus en plus exigeante.

Les itinéraires culturels doivent permettre de trouver la juste mesure entre les deux cultures - celle de l'authenticité et celle du développement - et tout le travail réalisé sur l'impact du tourisme culturel dans le cadre du programme « PICTURE » cité plus haut est là pour servir à l'établissement d'une bonne gouvernance du tourisme et des itinéraires culturels par les villes petites et moyennes qui constituent le cœur de l'offre du tourisme qui peut être facilement monté à partir des thèmes élus par le Conseil de l'Europe. La majorité des ports visés par le projet ODYSSEA, sans toutefois négliger les plus grandes capitales régionales, voire nationales, sont dans ce cas.

De fait, comme le signale Richards (2011 op. cité), nous sommes entrés dans l'époque d'une économie flexible et en réseau dans laquelle les nouvelles technologies de communication et d'information, la place des cultures des sociétés locales, l'éducation, pour ne citer que les facteurs principaux, s'intègrent à une filière professionnelle à grande valeur ajoutée. En d'autres termes, les interrelations entre les voyages et d'autres secteurs économiques et la société dans son ensemble se sont tellement intégrées que nous devrions parler de « chaîne de valeurs » plutôt que de filière traditionnelle.

Dans ces réseaux de valeur, la destination, plutôt que de rester un simple « fournisseur » de services pour la filière valorisée, devient une part intrinsèque du « process » de la création des valeurs elles-mêmes. Les valeurs narratives et les images qui sont attachées à la destination deviennent les facteurs les plus déterminants pour créer le caractère remarquable et exceptionnel du site pour le nouveau consommateur et conditionnent de ce fait le déterminant d'un déplacement, de son attrait aussi bien imaginaire que financier. Ceci témoigne que la société en réseau a totalement bouleversé les rapports entre producteurs et consommateurs. Richards and Wilson (2006) ont suggéré que le tourisme culturel se transformait progressivement en « tourisme créatif » et en « tourisme sensuel » qui se définissent par :

- les formes de tourisme qui offrent aux visiteurs l'opportunité de développer leur potentiel imaginaire grâce à une participation active à des cours ou des expériences d'acquisition de connaissances ;

- les formes de tourisme qui savent équilibrer les cultures matérielles et immatérielles et pour lesquelles l'expérience fondamentale consiste dans un échange de savoirs entre le visiteur et l'hôte, ce qui entraîne un effet de contrôle plus équitable sur le caractère d'authenticité du tourisme culturel.



Le développement de cette forme de tourisme est évident en milieu rural où la créativité est le seul moyen de contrer le manque d'alternative économique, comme dans les villes où elle constitue une source économique complémentaire. Un site web est entièrement consacré à ce secteur dans le monde anglo-saxon : www.creativetourismnetwork.org.

Mais il faut également tenir compte de la montée du tourisme éducatif dans lequel l'apprentissage des langues est devenu un secteur important, du tourisme œnogastronomique, du tourisme religieux et de spiritualité, du tourisme de bien-être et thermal, du tourisme de volontariat et de participation à des chantiers, comme du tourisme des « migrants ». Ce dernier phénomène caractérisé par un retour régulier des migrants vers leur patrie d'origine, encore nommé « Routes to the Roots » n'est certainement pas à négliger dans le cas des mers et des fleuves sur lesquels ils ont pu transiter et des ports qui les ont vus partir ou dans lesquels ils ont été accueillis.

En un mot, les touristes ne « consomment » plus seulement la culture (musées, concerts, festivals...), mais ils souhaitent la créer. Ce qui constituait le risque d'une altération ou même d'un dévoiement des traditions, peut devenir un moyen de dialogue et de réconciliation entre cultures majoritaires et minoritaires, cultures savantes et populaires, culture globalisée et culture locale.

Il faut simplement sortir des chiffres un moment pour s'intéresser avec autant de moyens aux indicateurs qui concernent la dimension humaine et sociale et de faire en sorte que la mémoire des lieux et des hommes devienne une mémoire de dialogue où la création de la destination suit un fil conducteur le long duquel les habitants sont autant engagés que ceux qui leur rendent visite. Ce sont en effet des « habitants temporaires », tout aussi responsables en matière de création de l'espace et d'interaction avec le « génie des lieux » que les habitants permanents. Ils participent à une dynamique ouverte où chacun apprend à protéger l'essentiel et à le transmettre dans un schéma ouvert.

Le projet ODYSSEA s'engage résolument dans cette forme de coresponsabilité.

LE TRAITEMENT SPÉCIFIQUE DES PAYSAGES CULTURELS DES LITTORAUX MÉDITERRANÉE - ATLANTIQUE - MANCHE

Contributeur : La Mission Inventaire général du patrimoine culturel (service du patrimoine, DGP, ministère de la Culture et de la Communication)

Depuis le Néolithique, les paysages de nos territoires sont hérités des aménagements des hommes et constituent donc - y compris dans des espaces aujourd'hui protégés (réserves naturelles, parcs nationaux et marins, espaces gérés par le conservatoire du littoral et des rivages lacustres) - des espaces anthropisés avec une histoire souvent longue et complexe que les sciences humaines et sociales permettent de mieux saisir, qui sont donc dignes d'être qualifiés de « paysages culturels évolutifs ». Leur conserver un caractère « naturel » nécessitent en effet, au-delà des mesures de protection, la mise en place d'actions concertées de l'homme pour leur garantir une pérennité (gestion de l'eau notamment tant en matière de drainage que d'irrigation...). C'est compte tenu du concept d'anthroposystème, et en prenant acte de la place de plus en plus importante tenue par les éléments plus classiques du patrimoine culturel dans les acquisitions du conservatoire du littoral, que la convention qui liait celui-ci au ministère de la Culture et de la Communication sous le seul angle de la protection au titre des Monuments Historiques a été étendue en 2011 à tous les champs patrimoniaux couverts par la Direction générale des patrimoines (matériel et immatériel...).



Une réflexion commune en cours entre ces deux partenaires porte sur cette notion de « paysages culturels » et a donné lieu à un atelier « paysage » à Calais en novembre 2011 envisageant aussi la prise en compte des « archives du sensible ». Ce concept qui a été développé il y a plus de dix ans par le Parc naturel régional de la Narbonnaise en Méditerranée autour de la mémoire conservée des pratiques et des savoir-faire de ces territoires, fonde un projet culturel qui se nourrit d'une confrontation permanente des représentations de ce territoire tant par les habitants que les visiteurs sans oublier les artistes en résidence ou autochtones.

D'autres collaborations et partenariats entre Etat et collectivités territoriales sont engagés sur des espaces littoraux ou lacustres qui prennent en compte la diversité du patrimoine culturel du littoral qu'on ne saurait se réduire au seul patrimoine maritime. La question des estuaires, des bassins versants et de l'échelle adaptée pour tenir compte des évolutions du trait de côte sont autant d'occasions de reculer les limites de ce littoral et d'interroger des thématiques variées.

Ainsi les structures portuaires et leur arrière-pays, les paysages des estuaires, des polders et des zones humides, les édifices de signalisation marine comme les éléments patrimoniaux issus des activités de villégiature balnéaire ou militaires (deux forts héritages de nos façades littorales) mais aussi les patrimoines de l'industrie reconvertis (le site des Paulilles à Collioure dans les Pyrénées-Orientales en étant un exemple remarqué) sont autant de jalons d'un itinéraire culturel à construire. Parallèlement, les services régionaux de l'inventaire, sous l'autorité des Conseils régionaux depuis 2007, mènent des opérations d'inventaire général du patrimoine culturel sur ces territoires sensibles (estuaire de la Gironde, quartier de l'Estaque à Marseille, rade de Brest et rias en Bretagne, structures portuaires en Poitou Charente...) mais aussi sur des aménagements liés aux activités des littoraux sur l'ensemble du territoire national (patrimoine industriel et technique après les études suivies de publications pour le patrimoine de la villégiature...).

On signalera aussi des opérations novatrices sur ces liaisons que constituent les canaux (opérations spécifiques en Bourgogne et en Bretagne mais aussi étude du « canal de l'entre deux mers » et canal latéral à la Garonne pour les trois Régions concernées que sont l'Aquitaine, Midi-Pyrénées et le Languedoc-Roussillon...). Celles-ci permettent d'aborder les territoires sous des angles nouveaux que ce soit par une approche linéaire tenant compte de la mise en réseau ou par l'analyse de l'impact de l'ouvrage construit sur le territoire de part et d'autre de lui, imposant une variation scalaire du champ d'étude selon les vestiges présents (à partir des captages, des alimentations et travaux connexes mais aussi des aménagements viaires et des habitats liés) et, de plus en plus, en tenant compte des « paysages » construits du fait même de sa présence. Dans le même ordre d'idée, des travaux importants sont menés en Ile-de-France sur les systèmes fluviaux (affluents de la Seine) en prenant en compte les évolutions des paysages notamment du fait des flux et reflux de l'industrialisation et plus



globalement de l'exploitation des ressources naturelles selon les époques, mettant en évidence ces paysages culturels évolutifs évoqués et prenant en compte les évolutions de leur perception (vallée de la Seine depuis le département actuel de la Seine-et-Marne en amont et jusqu'au Havre en aval).

Enfin des opérations d'inventaire général du patrimoine culturel portent aussi sur les rivages lacustres notamment autour des questions liées à la villégiature (ainsi la ville d'Aix-les-Bains qui fait figure de modèle en la matière par l'accueil d'une opération pilote adossée à la production d'un « atlas du patrimoine »). On peut relier à ce type de démarche novatrice, les recherches réalisées dans le cadre de la préparation d'un dossier pour une candidature au patrimoine mondial de l'UNESCO portant sur les sites archéologiques lacustres de l'arc alpin, dossier porté par nos collègues helvétiques mais ayant été enrichi par les données de Rhône-Alpes et de Franche-Comté (DRASSM avec les deux DRAC concernées). Une étude réalisée par Céline Frémaux à la demande du ministère de la Culture et de la Communication en 2007 a été mise en ligne sur le site du ministère de la Culture et de la Communication. Elle identifiait alors une vingtaine d'opérations d'inventaire portant sur ces territoires exclusivement en France métropolitaine incluant quelques travaux emblématiques tant en ethnologie qu'en archéologie sous-marine ou subaquatique qui peuvent servir de référence en la matière et de points de départ pour la construction d'un itinéraire culturel s'appuyant sur des données testées.

www.inventaire.culture.gouv.fr/pdf/LittoralRap2007.pdf

POUR UN PROGRAMME EUROPÉEN D'IDENTIFICATION ET DE MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE MARITIME CULTUREL DES PORTS D'INTÉRÊT PATRIMONIAL

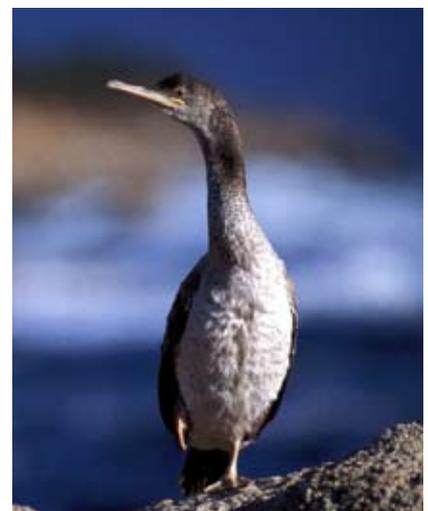
Contributeurs : Françoise Péron, Professeur émérite Université de Bretagne Occidentale - Christine Lair, Déléguée générale ANEL

La notion de patrimoine maritime ne renvoie pas seulement au patrimoine naturel. Elle inclut également le patrimoine culturel qui est tout aussi spécifique des zones littorales terrestres et marines que la géomorphologie, la flore ou la faune auxquelles il est d'ailleurs intimement lié. Par voie de conséquence, le patrimoine maritime culturel devrait bénéficier des mêmes droits à la reconnaissance dans la recherche et des mêmes attentions dans les actions de préservation et de mise en valeur que le « patrimoine naturel ».

Or il n'en est rien. S'il est indéniable que « patrimoine naturel » et « patrimoine culturel » constituent un tout, à ce moment de la mise en place de la gestion intégrée des zones côtières, et plus largement de la gouvernance des littoraux, il est urgent de considérer les héritages maritimes culturels en tant que champ d'intérêt autonome car cette richesse unique, identitaire et indélocalisable, caractérisant de diverses façons chaque section des littoraux français et européens est en danger. Le risque est grand de couper définitivement nos sociétés des cultures maritimes historiques qui les ont irriguées pendant des siècles. Le manque de concepts clairs permettant de cerner la notion de « patrimoine maritime culturel », qui relève à la fois des domaines terrestres et des domaines marins, est certainement l'une des causes du déficit dans la prise en compte du patrimoine maritime culturel au niveau des préoccupations de gestion intégrée des zones côtières et de développement durable des territoires littoraux, mais ce n'est pas la seule raison. S'y ajoute une relative méconnaissance des fonctionnements particuliers des économies et des sociétés littorales et, au-delà, un manque de doctrine scientifique concernant l'approche des cultures maritimes et les aménagements qu'elles ont produits sur le temps long de l'histoire.

En ce qui concerne la situation actuelle du patrimoine maritime culturel, un double constat s'impose :

Premier constat, les littoraux français et européens sont riches d'une histoire maritime pluriséculaire dont les héritages sont composés à la fois de biens matériels : bâtiments portuaires, arsenaux, phares, corderies, bateaux, villas balnéaires... et de biens immatériels (rites spécifiques, qualification technique, savoir-faire...). La vie maritime passée a modelé sur les côtes des sociétés originales, des paysages littoraux et portuaires aujourd'hui très appréciés. Elle a fait naître des aménagements spécifiques pour se protéger de l'eau (digues), pour l'utiliser (marais salants), pour la gérer (ensembles hydrauliques fluviomaritimes complexes). Elle a suscité des types particuliers de villes : la ville portuaire marchande, le port militaire, la cité balnéaire. Elle a forgé des solidarités qui continuent à être source d'éducation, d'habileté, de création pour les générations actuelles et à venir ; véritables sources d'innovations sur lesquelles la modernité pourra rebondir.



Or cette richesse héritée est placée aujourd'hui dans un contexte difficile caractérisé par trois ordres de faits. En premier lieu, des attentes fortes - et parfois contradictoires - qui ne cessent de croître en exigence et en diversité. Ainsi, le désir de mer des Français s'exprime en termes de demande de qualité du milieu, de recherche de nouveaux loisirs liés à la mer, d'aspiration au ressourcement ; et du même coup, en termes de besoins de nouveaux services (hébergement, restauration, zones de divertissement...), ayant parfois peu à voir avec le maritime. En second lieu, la reconversion des activités maritimes héritées des XIXe et XXe siècles (transformation des activités de productions primaires, mutation récente des systèmes de défense, concentration des activités d'échanges portuaires), entraîne un changement brutal d'affectation des espaces littoraux. Enfin, la pression résidentielle et touristique est devenue telle, que l'enjeu majeur sur les littoraux, aujourd'hui et dans l'avenir, est celui de l'occupation de l'espace. Appétits et conflits engendrés par la réaffectation des espaces littoraux constituent autant de forces concourant à l'oubli des héritages culturels liés aux activités maritimes anciennes. Ils sont soit négligés car considérés comme des objets du passé sans intérêt pour le présent, soit détruits car regardés comme des éléments gênants entravant la modernisation. Si quelques éléments anciens sont toutefois mis en valeur, c'est dans une optique de développement touristique ou de conservation muséale qui ne retient alors que quelques éléments portuaires, militaires ou balnéaires jugés emblématiques mais ils sont alors généralement privés de leur contexte historique.

Deuxième constat, la fragilité de ces héritages contraste avec la situation relativement floue dans laquelle ils se trouvent sur les plans législatifs, scientifiques et institutionnels. Il n'y a pas, actuellement en France, de législation spécifique pour le patrimoine maritime et littoral bâti (la loi « littoral » de 1986 s'applique aux espaces « naturels » ou faiblement urbanisés et elle n'est paysagère que de façon secondaire). Une codification précise de ce patrimoine, une recherche systématique sur sa nature, sa répartition, sur la qualité des acteurs qui en font la promotion en ordre dispersé, sur les besoins sociaux, culturels et identitaires auxquels il devrait répondre, est actuellement menée en Bretagne, à titre expérimental¹, mais encore peu diffusée à l'extérieur. Il est pourtant indispensable de disposer de ces éléments si l'on veut poser les bases d'actions fondatrices et rationnelles de mise en valeur coordonnée de ce patrimoine. Il n'existe pas non plus, en France, d'organisme comparable au Conservatoire du littoral et des rivages lacustres né en 1975 pour animer un véritable travail de terrain ; même si celui-ci s'intéresse aux biens culturels qui se trouvent sur ses espaces, mais sans avoir vocation à les gérer.

La question du patrimoine maritime bâti est d'autant plus urgente à placer à l'ordre du jour que, dans le cadre européen, la mise en place d'une politique de Gestion Intégrée des Zones Côtières (GIZC) est en cours. Ce concept est apparu il y a trente ans aux Etats-Unis (texte américain du Coastal Zone Management Act de 1972). Or ce pays, à faible tradition culturelle maritime du fait de son histoire et à vision essentiellement naturaliste des bases du « sustainable development » (développement durable) du fait de sa vision planétaire et homogénéisante des sociétés, a centré les politiques de GIZC presque uniquement sur la conservation et la gestion des ressources biologiques marines et des paysages naturels. D'où la nécessité pour nous, Français et Européens qui sommes placés dans un autre contexte historique, culturel et identitaire de pallier ce manque.

Une stratégie de mise en valeur du patrimoine maritime culturel bâti des littoraux européens devra comporter plusieurs volets. Mais, pour être cohérente, de qualité et à portée fondamentalement culturelle, elle doit s'appuyer sur des bases scientifiques solides, des connaissances partagées et une mise en oeuvre concertée et propre à chaque site.

L'approche du patrimoine maritime culturel dans ses dimensions territoriales est une nécessité impérieuse, ainsi que l'attention portée aux procédures concrètes de mise en valeur de ce patrimoine. C'est pourquoi le préalable à toute action consiste à s'entendre sur les mots et les concepts en distinguant « patrimoine et héritage » et à dresser une typologie permettant de mettre en évidence à la fois l'étendue des héritages maritimes et la diversité des liens qui les unissent².

Tout ce dont on hérite ne fait pas patrimoine. Selon le dictionnaire, le patrimoine d'une famille, d'un groupe social, d'une nation est constitué par l'ensemble des biens considérés comme héritage commun et jugés dignes d'être transmis aux générations futures. Le patrimoine est donc subjectif car il est toujours le résultat d'une décision arbitraire. Chaque société, chaque groupe social qui veut, à un moment donné, s'approprier sa propre histoire et se faire reconnaître des autres groupes afin de se projeter dans le futur, tente de se créer son propre patrimoine. Il est également nécessaire de souligner l'arbitraire du patrimoine. La décision de patrimonialiser des objets issus du passé se décrète (ou ne se décrète pas d'ailleurs). Au fond, il n'y a pas de patrimoine en soi mais des dynamiques patrimoniales à des fins stratégiques et identitaires. Les constructions patrimoniales s'inscrivent toujours, plus ou moins ouvertement dans un rapport de forces. Ainsi, décider de mettre en valeur le patrimoine



1 L'Observatoire du Patrimoine Maritime Culturel de Bretagne (OPMC) situé à l'Université de Bretagne Occidentale, développe depuis 5 ans, en partenariat avec la région Bretagne et le Conseil général du Finistère, un programme de recherche/action visant à identifier ce patrimoine, produire des outils scientifiques d'aide à la décision pour les élus en charge des littoraux, et plus largement sensibiliser au patrimoine maritime bâti des ports du Finistère l'ensemble des acteurs. Ainsi, à l'incitation de l'OPMC, un réseau d'échange d'expérience des maires des communes littorales du Finistère est en cours de création.

2 Pour plus de précisions se reporter à : Péron Françoise, Marie Guillaume, 2011, Atlas du patrimoine maritime du Finistère, Éditions Le Télégramme. Site des inventaires problématisés sur le patrimoine maritime culturel des communes littorales de Bretagne, portail patrimonial de la région Bretagne : Portail GLAD, <http://patrimoine.region-bretagne.fr>

littoral et maritime est un acte stratégique visant à faire reconnaître les spécificités de l'identité littorale, à affirmer l'existence d'un type de territoire. Au même titre que la campagne, la ville ou la montagne, le littoral a droit à la reconnaissance. Or, au niveau des réglementations et des institutions spécifiques, la littoralité n'est prise en compte que depuis une période récente.

Le patrimoine maritime, comme tout patrimoine, est davantage une dynamique qu'un ensemble d'objets figés et les dynamiques patrimoniales actuelles se situent au cœur des reconstructions territoriales contemporaines. En créant des événements culturels à la fois symboliques, populaires et très localisés comme les fêtes maritimes bretonnes, en instituant des parcours nouveaux, de sites en sites nouvellement dédiés à la commémoration de la mémoire maritime (véritables substituts aux pèlerinages religieux d'autrefois), en inventant des rites partagés (chants, repas pris en commun...), le patrimoine maritime ne fait pas que rassembler des groupes variés de populations, il reconfigure les territoires littoraux, il redonne sens aux lieux bousculés par les mutations récentes des économies et des modes de vie. Le patrimoine est un outil d'accompagnement des changements sociaux, un outil de refondation territoriale des littoraux, imposée par les nouvelles formes de mobilité, la révolution des moyens de communication, les nouvelles aspirations aux loisirs. La démarche patrimoniale oriente, quasi spontanément, un certain nombre de conduites caractéristiques de notre époque : choix des lieux de vacances, stratégies résidentielles (gentrification des fronts urbains portuaires, développement de l'habitat permanent en bord de mer côtoyant des sites historiques...), elle participe à la revivification d'identités locales en train de disparaître, elle constitue le ressort profond du tourisme et de l'économie qui en découle. C'est cette dynamique qu'il faut accompagner et élargir en s'appuyant sur la prise en compte de l'ensemble des héritages maritimes dans leur dimension territoriale ; les petits et les grands : de la modeste cabane de pêcheur au grand phare en mer, de la minuscule cale de lancement d'une barque aujourd'hui abandonnée à la tour Vauban de Camaret-sur-Mer maintenant inscrite au patrimoine de l'humanité.

Dans le contexte actuel et futur de croissance de la population littorale et d'attrait généralisé pour les littoraux, la mise en valeur des héritages maritimes du littoral, et plus particulièrement celui des ports de taille moyenne ou petite, est aussi une action de prospective permettant de prévenir les conséquences négatives d'une croissance mal maîtrisée et au contraire de développer toutes les potentialités culturelles, humaines et économiques que les héritages maritimes confèrent aux territoires qui les recèlent.

Après cette prise de conscience, une autre étape consiste à inventorier ces héritages maritimes qui constituent le gisement ressource pour toutes les formes de patrimonialisation présentes et avenir ; gisement qu'il importe donc de connaître, d'explorer et de protéger au mieux en vue d'une valorisation immédiate ou future.

Dix catégories d'héritages maritimes bâtis peuvent être distinguées selon la fonction qui les a fait naître (voir figure).

Presque partout sur les côtes, se trouvent des héritages liés à la défense militaire du littoral qui est aussi une frontière, à la défense physique contre la mer (que ce soit contre ses apports ou ses attaques), à la signalisation des côtes (devenue indispensable au moment de l'essor de la grande navigation intercontinentale), au transit terre/mer (facilité par la construction de quais solides et de môles à la fin du XIX^{ème} siècle), aux activités de production primaire et de commercialisation des produits de la mer (dont la construction navale et les conserveries de poisson), à la vie des populations littorales, aux activités de loisirs et de santé, aux pratiques légendaires et mémorielles, aux activités scientifiques nées de la mer. Or, si ces potentialités de transmission de l'histoire et de la mémoire maritime sont pour l'instant assez bien reconnues au niveau des capitales portuaires pour lesquelles des programmes de mise en valeur patrimoniale sont développés depuis plus de trente ans – mais souvent construites sur les mêmes modèles urbanistiques – il n'en fut rien pour les ports historiques de taille moyenne ou petite qui constituent pourtant les noeuds et la trame de l'ambiance maritime (la maritimité), particulière à chaque secteur côtier, à chaque façade maritime, et qui sont tout autant – sinon davantage que les grands ports, les vecteurs de la diversité des cultures maritimes propres à chaque lieu.

LES 10 CHAMPS PATRIMONIAUX DEFINIS



Sans entrer dans le détail de la mise en place d'une telle politique, et en restant dans le domaine primordial de l'aménagement, il convient d'en rappeler les principaux objectifs.

- Mettre en valeur les paysages portuaires et les héritages maritimes historiques selon les meilleurs critères de qualité.
- Permettre l'appropriation collective du patrimoine ainsi créé.
- Concilier culture héritée, innovation et développement durable.
- Encourager le développement d'une économie locale fondée sur l'exploitation de l'ensemble des richesses patrimoniales maritimes du littoral.
- Définir les grandes lignes d'un aménagement souhaitable respectant l'identité de chaque type d'espace portuaire d'intérêt patrimonial.
- Faciliter l'intégration du patrimoine maritime culturel dans les documents d'urbanisme existants ou en cours d'établissement.

C'est sur ces bases qu'il est possible de lancer des actions de valorisation des héritages maritimes, territoire par territoire, dans une vision à la fois globale et différenciée.

Concrètement, une action globale de valorisation du patrimoine maritime d'un secteur côtier comporterait :

- la généralisation d'outils de connaissance et de préservation des héritages maritimes bâtis (SIG, Banques de données, cartes, inventaires avec recommandations...)
- la création de réseau de ports d'intérêt patrimonial dont les objectifs seraient, entres autres, l'échange d'expériences et la coproduction de chartes de mise en valeur de ce patrimoine dont le respect conditionnerait l'usage d'un label.
- le développement, sur ces bases, d'actions de communication communes qui accroîtrait la visibilité des actions et leur donnerait valeur d'exemplarité.

LE PATRIMOINE MARITIME

Contributeur : Herveline Delhumeau, Chargée du patrimoine maritime et fluvial/Direction générale des patrimoines/ministère de la Culture et de la Communication)

La France, avec ses 5 500 kilomètres de côtes métropolitaines (Mer du Nord, Manche, Atlantique et Méditerranée) est riche de traditions maritimes et navales remontant aux périodes les plus anciennes. Ces « cultures », intimement liées aux caractéristiques particulières des contextes géographiques de nos littoraux, sont nées parallèlement aux premières entreprises d'anthropisation des paysages côtiers par les hommes du Néolithique lorsqu'ils ont commencé à s'établir pour en exploiter les richesses, fondant ainsi un lien « terre-mer » original.

Durant longtemps, le patrimoine maritime a correspondu, dans la mentalité collective française, au seul prestige de « la Royale » (Marine royale puis nationale). En réalité, le XIXe et le début du XXe siècle ont vu se déstructurer ou même disparaître, avec le tropisme exercé par les grandes villes et le développement de la propulsion mécanique, des pans entiers de cultures maritimes et navales ancestrales (construction et usages des voiliers traditionnels à voile, infrastructures portuaires qui leur étaient liées, savoir-faire, types d'économies spécifiques...).

Depuis les années 1980, parallèlement au mouvement de sensibilisation aux divers types de patrimoines jusque là également ignorés (patrimoine rural, industriel...), les « gens de mer » mus par le désir de témoigner, de sauvegarder et de faire revivre les derniers témoins d'un monde en voie de disparition ont entamé, en Bretagne, un processus de re-patrimonialisation des domaines littoraux, maritimes et nautiques. Cette prise de conscience s'est manifestée il y a 30 ans, en 1981, par la décision conjointe des ministres chargés de la Mer et de la Culture de mettre en œuvre une politique nouvelle en faveur du patrimoine maritime et fluvial. La démarche ainsi initiée a bénéficié du concours d'un réseau toujours croissant d'associations de passionnés (réunies en fédérations pour le patrimoine maritime notamment en Bretagne, en Méditerranée...) et s'est appuyée sur les services du ministère de la Culture (réseau des conservations régionales des Monuments historiques au sien des DRAC, experts scientifiques de la sous-direction chargée des Monuments historiques, équipes des services régionaux de l'Inventaire et d'un poste de chargé de mission spécifique au sein du service chargé du Patrimoine).

En 30 ans, le domaine lié aux cultures maritimes et fluviales ainsi qu'aux éléments patrimoniaux extrêmement variés qui s'y rattachent a fait l'objet de nombreuses études, opérations de recensement, de protection et de valorisation, au plan national mais aussi dans un cadre élargi à l'Europe voire aux autres continents, car il est indissociable de la mise en perspective avec les routes maritimes et fluviales, les échanges commerciaux et socioculturels, techniques, scientifiques, les inter-influences complexes de savoir-faire originaux...

Le patrimoine naturel des littoraux, le patrimoine matériel immobilier (fortifications militaires et éléments de protection des côtes, infrastructures portuaires, ouvrages de signalisation et de sécurité maritime, villes et ports construits autour des abris pour les bateaux, installations liées à l'exploitation des richesses faunistiques marines, lieux de cultes, domaine balnéaire...) et mobilier (objets scientifiques et techniques liés à la navigation, aux métiers de la mer, aux modes de vie, jusqu'aux bateaux navigants ou non) comme les sources documentaires et archivistiques ont progressivement été pris en compte et, autant que possible, sauvegardés. Ce n'est que plus récemment, que l'urgence d'agir en faveur de la dimension immatérielle des cultures des mondes maritimes et fluviaux a été ressentie comme étant impérative : elle était en effet soumise au péril d'une rupture dans la transmission de savoirs de moins en moins ancrés dans les modes de vie actuels.

Ces éléments d'un patrimoine pluriel, dont la pérennité est extrêmement fragile, sont profondément marqués par leur appartenance à des cultures spécifiques selon qu'elles se sont forgées dans le domaine du Ponant (façade atlantique, Manche, Mer du Nord) ou du Levant (Méditerranée) et qu'elles ont été perméables aux influences des grandes puissances maritimes de l'Europe du Nord et du Sud.



Des projets sont régulièrement conduits par le réseau français de 54 musées maritimes et fluviaux, qui se réunit annuellement au Musée national de la Marine, mais aussi dans le cadre d'échanges internationaux, notamment en Méditerranée.

Les bateaux font l'objet d'une attention particulière par le biais des mesures de protection au titre des Monuments historiques (près de 140 unités sont classées ou inscrites) et comptent donc parmi les éléments les plus représentatifs de notre patrimoine naval. Avec des critères moins proches mais moins contraignants puisqu'ils admettent notamment les répliques à l'identique qui ne peuvent être protégés par l'Etat, le label « Bateau d'intérêt patrimonial », délivré par la Fondation du patrimoine maritime et fluvial a, quant à lui, permis de réunir depuis 4 ans une très précieuse documentation et de distinguer près de 400 bateaux, dont plus d'un tiers sont méditerranéens alors que moins d'une vingtaine sont des monuments historiques. Par ailleurs, après une campagne d'inventaire conduite par les services de l'Inventaire, qui a permis de recenser 130 phares et 56 feux remarquables, 14 d'entre eux parmi les plus emblématiques ont intégré en novembre 2010 le corpus des monuments historiques qui doit encore s'enrichir prochainement.

Par ailleurs, de nombreuses actions de valorisation du patrimoine maritime ont été mises en œuvre avec des succès remarquables, notamment dans le cadre de rassemblements de voiliers traditionnels initiés pour les plus anciennes il y a près de 30 ans (fêtes internationales maritimes de Brest, Douarnenez, Grande Armada de Rouen, Semaine du Golfe du Morbihan, Voiles latines de Saint-Tropez, Virée de Saint-Nazaire à Sanary, manifestations organisées par l'Office de la mer de Marseille...).

Les cultures maritimes méditerranéennes ont été mises à l'honneur dans le cadre de diverses grandes opérations telles que les Journées internationales du Patrimoine maritime méditerranéen et du projet « La navigation du Savoir » lancé sous l'égide de l'UNESCO lors du forum « Culture-Nature » de Santander en septembre 2000 avec pour objet la constitution d'un réseau des grands arsenaux historiques de la Méditerranée.

Aujourd'hui, dans la perspective de Marseille 2013, la Fédération du patrimoine maritime méditerranéen (FPMM) a lancé un projet consacré à la « Mémoire des Ports de Méditerranée », qui rencontre beaucoup d'enthousiasme tant sur nos côtes qu'aux Baléares, en Italie, en Croatie, en Tunisie, au Liban, en Syrie...

L'archéologie sous-marine et subaquatique est également concernée au premier chef et les actions du Département des recherches subaquatiques et sous-marines, service à compétence nationale relevant de la Direction générale des Patrimoines, sont, en la matière, reconnues au plan national comme international.



LE PATRIMOINE MARITIME CULTUREL

Le label « Bateaux d'intérêt patrimonial »

Contributeur : Herveline Delhumeau, Chargée du patrimoine maritime et fluvial/Direction générale des patrimoines/ministère de la Culture et de la Communication)

Le label « bateaux d'intérêt patrimonial » s'inscrit pleinement dans les missions de la Fondation du patrimoine maritime et fluvial qui a pour vocation d'inventorier, de sauvegarder, de préserver et de promouvoir le patrimoine maritime et fluvial national non protégé par l'État.

Ce label a pour but de distinguer et de valoriser les éléments les plus remarquables du patrimoine naviguant sous pavillon français.

Ce projet de label, porté depuis plusieurs années par la Fondation, a pris une nouvelle dimension en 2006 à l'occasion de la modification de la gestion des fonds du Conservatoire de l'espace littoral. En effet, il a alors été décidé qu'il serait financé en grande partie grâce au produit du droit annuel de francisation et de navigation (DAFN) payé par les propriétaires des bateaux de plaisance. Le montant affecté annuellement au Conservatoire du littoral est de 35 millions d'euros.

En 2005, l'assiette du DAFN a été modifiée en étant désormais calculée sur la longueur (en mètres) de la coque du navire et non plus sur son tonnage. Le seuil de taxation a été fixé aux bateaux de 7 mètres. Parallèlement, les droits sur les coques et sur les moteurs ont été réajustés.

Par suite de problèmes survenus lors de la mise en place de cette réforme, le Conservatoire du littoral a dû faire face, à l'automne 2006, à un déficit de revenus. Les ministres chargés des Transports et du Budget ont décidé la mise en place d'un groupe de travail pour dresser un bilan de la réforme de 2005. Concrétisant les réflexions de ce groupe de travail, la loi de finance rectificative pour 2006 (n°2006-1771), votée le 30 décembre 2006, a prévu trois cas d'exonération du DAFN découlant, en bonne logique, de l'affectation de ce droit au Conservatoire de l'espace littoral : en faveur des navires protégés au titre des Monuments historiques, des embarcations mues principalement par l'énergie humaine (voile-aviron), des bateaux d'intérêt patrimonial ayant reçu le « label BIP » de la Fondation du patrimoine maritime et fluvial. Le décret d'application « définissant certaines exonérations du droit annuel de francisation et de navigation » a été signé le 21 août 2007.



Les bateaux présentant un intérêt patrimonial

Les critères de labellisation « bateaux d'intérêt patrimonial » correspondent globalement à ceux définis par les Monuments historiques : critère historique, critère technique (architecte, chantier particulier, type de construction, type de bateau, qualité de la réplique...), critère spécifique (lié à une personnalité, à un événement, à sa rareté, à son caractère exceptionnel ou culturel). Mais ils vont au-delà puisque les répliques peuvent aussi être concernées par ce label alors qu'elles ne peuvent prétendre à la protection au titre des monuments historiques. Par ailleurs, alors que pour les Monuments historiques, seul le chef de file d'une série de bateaux ou l'un de ses représentants particulièrement emblématique peut bénéficier d'une procédure de protection, le label BIP peut s'appliquer à plusieurs exemplaires d'une série. Enfin, les bateaux classés Monuments historiques sont destinés à recevoir, de facto, le label BIP. Une directive européenne de juin 1998 avait défini la notion de « navires du patrimoine » en créant une distinction entre les navires construits avant 1950 et les autres. Puis, l'arrêté du 30 septembre 2004 a défini le champ d'application des « navires du patrimoine » comme étant ceux construits avant 1950 ou construits à l'identique avec des matériaux d'origine (répliques). La notion de « bateaux d'intérêt patrimonial » dépasse cette notion d'ancienneté, comme c'est le cas pour les bateaux protégés au titre des Monuments historiques qui peuvent être postérieurs à 1950.

La Fondation du patrimoine maritime et fluvial a estimé qu'environ 1300 à 1500 « bateaux d'intérêt patrimonial » seront susceptibles d'être concernés par la mesure de défiscalisation du DAFN. Toutefois, le label concerne également les bateaux d'une taille inférieure à 7 mètres, qui sont exemptés de la taxe sur le DAFN : ces « petits » bateaux sont fort nombreux et regroupent notamment nombre de répliques d'embarcations traditionnelles réalisées dans la mouvance des concours lancés par le Chasse-Marée.

La procédure d'attribution du label BIP

Le label est délivré par la Fondation du patrimoine maritime et fluvial, pour cinq ans, après avis d'une commission d'agrément regroupant des représentants des différentes institutions concernées (ministère chargé des Douanes, ministère chargé de la Mer, ministère chargé de la Culture, Conservatoire de l'espace littoral et des rivages lacustres, Fondation du patrimoine, Fondation du patrimoine maritime et fluvial, Association nationale des élus du littoral) et cinq personnalités qualifiées. Cette commission se réunit au moins une fois par an et au plus tard le 31 octobre de l'année de délivrance du label afin de transmettre les données au ministère chargé des douanes pour que celui-ci procède, avant la fin de l'année en cours, au remboursement du droit annuel de francisation et de navigation acquitté au titre de l'année de l'obtention du label et émette un avis d'exonération pour les quatre années suivantes.

Le label est renouvelable. Toutefois, s'il apparaît qu'au cours de la période de labellisation, les conditions ayant permis l'attribution du label n'ont pas été respectées, celui-ci peut être retiré et, en ce cas, le droit annuel de francisation et de navigation sera exigible pour les années de non-respect de ces conditions.

Un dossier électronique détaillant les procédures d'obtention du label est disponible, en ligne, sur le site Internet de la Fondation du patrimoine maritime et fluvial. Les informations demandées aux propriétaires des bateaux désirant le label BIP permettent d'alimenter une base de données, dont certains éléments sont mis en ligne, et qui constituera peu à peu une source d'information incomparable sur le patrimoine naval de plaisance français. La première commission d'agrément des bateaux d'intérêt patrimonial (BIP) s'est réunie le 25 octobre 2007 dans les locaux du Conseil supérieur de la navigation de plaisance qui abrite les bureaux de la Fondation du patrimoine maritime et fluvial.

Sans qu'aucune publicité n'ait été faite pour cette première session, cent trente-et-un dossiers ont été reçus et examinés. Dix-sept bateaux n'ont pas reçu l'agrément, soit parce que les dossiers étaient incomplets, soit parce qu'ils n'étaient pas conformes (non-respect des critères d'attribution, transformations importantes inopportunes, pavillons étrangers). Cette première session a notamment permis de préciser et de rôder les modalités d'examen des dossiers.

Le jeudi 16 juin 2011 s'est tenue la 5e Commission de labellisation des bateaux d'intérêt patrimonial. Le label a été attribué à 109 nouveaux bateaux, ce qui porte aujourd'hui leur nombre total à 465. Leur liste, ainsi que des fiches détaillées accompagnées de photos et de détails techniques, est consultable sur le site de la Fondation du patrimoine maritime et fluvial.

Il est d'ores et déjà indiscutable que le label « BIP » représente, pour les propriétaires qui en font la demande, une reconnaissance officielle de l'intérêt patrimonial de leur navire et ceci indépendamment de l'exonération du DAFN puisque plus d'un tiers des bateaux labellisés étaient déjà exonérés de ce droit. On remarque également un grand nombre de bateaux méditerranéens à voiles latines, un patrimoine en pleine renaissance. Le fait notoire de la dernière réunion est que huit demandes ont porté sur une labellisation « BIP » de bateaux fluviaux et lacustres, signe supplémentaire de l'intérêt que revêt cette notion de reconnaissance patrimoniale.

L'impact du label « BIP » et les diverses perspectives patrimoniales susceptibles d'en découler vont donner lieu à des études. Il est d'ores et déjà certain que la labellisation « BIP », compte tenu du fait qu'un dossier doit être fourni pour déclencher la procédure, permettra de recenser les bateaux présentant un intérêt patrimonial, qu'il s'agisse de bateaux de plaisance, maritimes, fluviaux ou lacustres et qui n'ont pas forcément vocation à être protégés au titre des Monuments historiques. C'est là le seul moyen de concrétiser cette opportunité à l'échelon national.

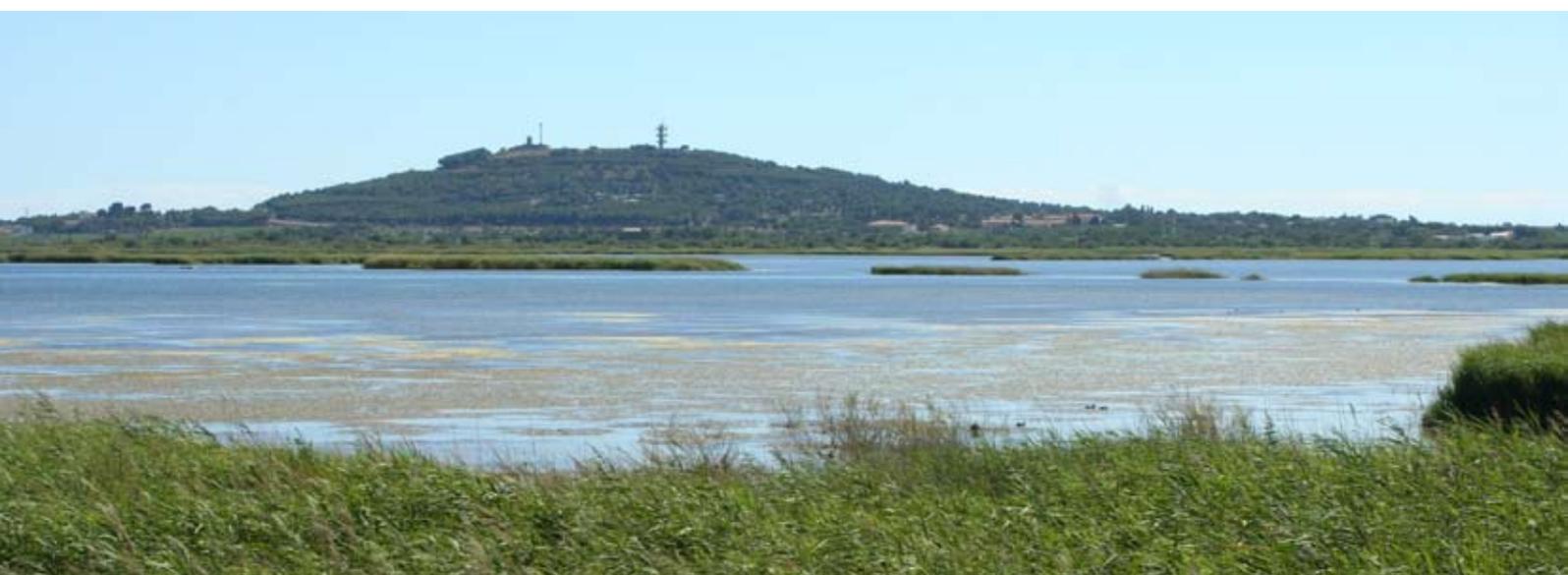
CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 5

ENVIRONNEMENT

« Nous développons dans ODYSSEA un écotourisme pour mieux protéger, valoriser et faire aimer nos ports, nos grands espaces naturels maritimes et fluviaux, les paysages, les espèces, les patrimoines. »



LA CONVENTION DE BERNE DU CONSEIL DE L'EUROPE UN RÉFÉRENTIEL POUR LE MODÈLE ODYSSEA

Contributeur : Michel Thomas-Penette, Directeur IEC

La flore et la faune sauvages jouent un rôle essentiel dans le maintien de l'équilibre biologique et des écosystèmes qui contribuent au bien-être humain. La nature est le fondement de notre qualité de vie et constitue un patrimoine naturel d'importance culturelle, scientifique et récréative. Mais de toutes parts, la surconsommation et la surexploitation des milieux mettent en danger, voire font disparaître des pans entiers de notre héritage génétique commun.

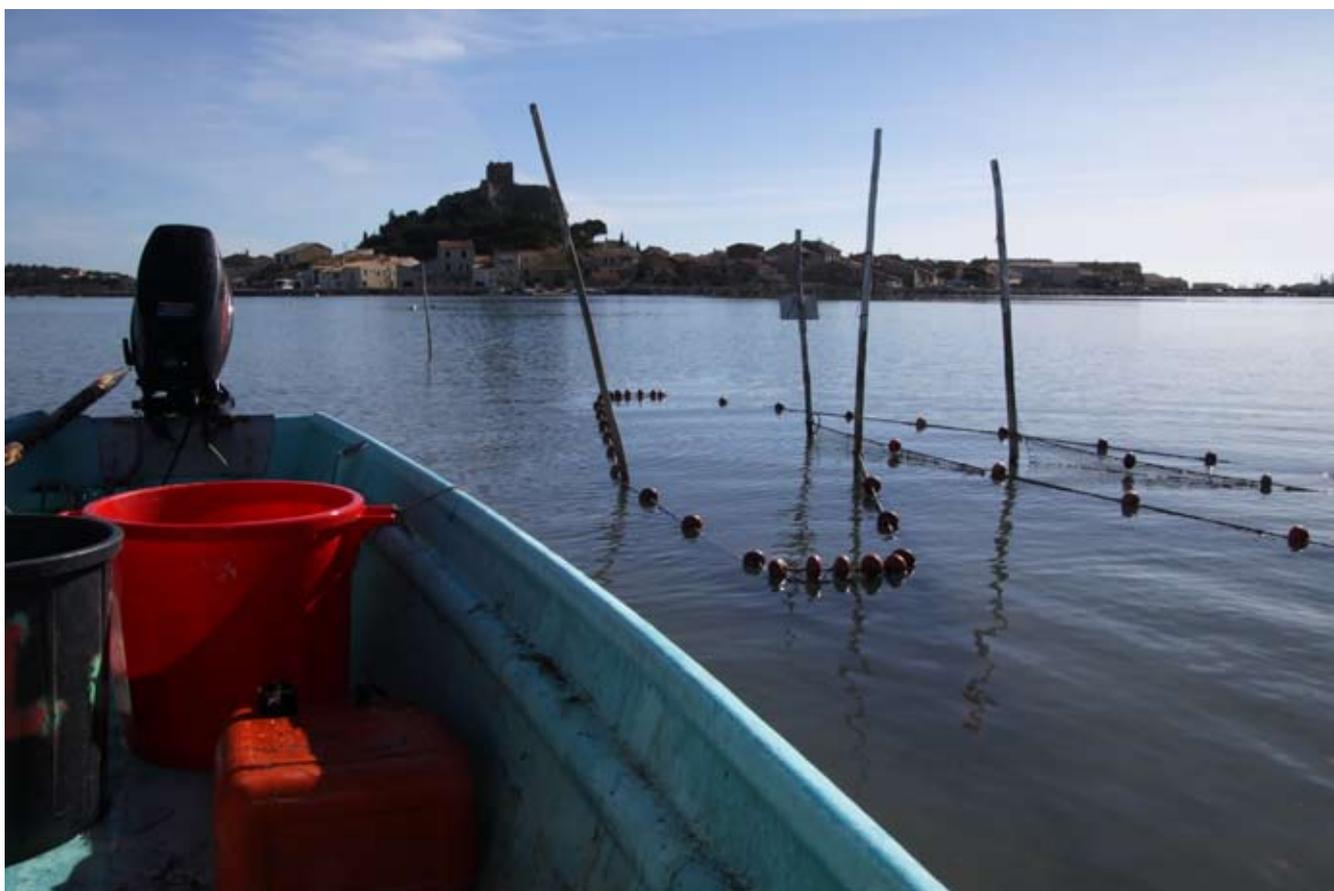
Le Conseil de l'Europe est pionnier en matière de coopération dans un cadre international dans ce domaine très sensible puisqu'à la fin des années 70, il a négocié la « Convention de Berne » ou Convention relative à la conservation de la vie sauvage et du milieu naturel de l'Europe, signée dans la capitale suisse en septembre 1979. En vigueur depuis 1982, la Convention de Berne compte une participation vaste et diversifiée, s'étendant de l'Islande à l'Azerbaïdjan, avec 50 Pays contractants, dont l'Union européenne.

La Convention de Berne a élaboré des lignes directrices et des normes étendues au travers de nombreux plans d'actions d'espèces, de stratégies, plus de 150 recommandations et résolutions aident les pays à améliorer leurs politiques nationales et à préserver leur héritage naturel. Ainsi, le Diplôme Européen des espaces protégés est attribué depuis 1965 à des zones naturelles ou semi-naturelles, ou à des paysages ayant un intérêt européen exceptionnel du point de vue de la diversité biologique, géologique et paysagère et bénéficiant d'un régime de protection adéquat. A ce jour, 70 zones réparties dans 26 pays, dont de nombreux d'Europe centrale et orientale, sont titulaires de ce label.

En 1995, à Sofia, les ministres européens de l'environnement ont lancé la Stratégie paneuropéenne de la diversité biologique et paysagère (PEBLDS) pour renforcer les politiques de l'environnement et de la conservation de la biodiversité. Ils ont demandé « que l'on s'emploie à promouvoir la protection de la nature, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des zones protégées, en mettant sur pied un réseau écologique européen, réseau physique composé de réserves proprement dites, reliées entre elles par des corridors et entourées de zones tampons, et de faciliter ainsi la dispersion et la migration des espèces » (PEBLDS).

Un Réseau écologique paneuropéen a été mis en place dans sa dimension eurasiatique. De tels réseaux écologiques fournissent un modèle capable d'offrir des conditions propices à la survie des populations dans les espaces naturels fragmentés et les paysages d'Europe où prédomine la présence humaine. Ils permettent de surcroît une utilisation adaptée et durable des ressources naturelles grâce à l'interconnexion de ces éléments physiques avec le paysage et les structures institutionnelles et sociales existantes.

Le projet ODYSSEA veillera particulièrement à ce que les effets de cette Convention soient mis en pratique et fassent l'objet d'applications pédagogiques aussi bien pour les élus et les techniciens que pour les touristes nautiques et les jeunes qui participeront aux sensibilisations prévues dans la Charte ODYSSEA.



LE MODÈLE « PORTS PROPRES » : UN OUTIL COMPLET DE GESTION ENVIRONNEMENTALE POUR LES PORTS ODYSSEA

Contributeur : Véronique Turrel, Déléguée générale UPACA, Ingénieur en Environnement

Gestion Environnementale du Port (GEP)

Outil essentiel du développement économique d'une commune, les ports de plaisance devront mener des actions environnementales exemplaires que ce soit pour la gestion portuaire ou pour la protection de la mer. Pour faire avancer la recherche en matière environnementale, certains ports des villes partenaires du programme ODYSSEA se porteront candidats pour être des laboratoires à ciel ouvert afin de défendre, protéger et valoriser l'environnement et plus précisément l'environnement marin. Les programmes environnementaux comme Ports Propres devront être mis en place dans les différents ports des villes labellisées ODYSSEA afin d'arriver à terme à un objectif « rejet zéro ». Les ports devront fournir tous les équipements nécessaires aux plaisanciers, aux professionnels et aux prestataires nautiques pour déposer leurs effluents avant de quitter le port. Seront demandés : une gestion des déchets ménagers et un tri sélectif, une gestion des déchets chimiques, une récupération des eaux usées et eaux-vannes. Dans le cadre du programme ODYSSEA, par une mise en place d'actions environnementales déjà existantes ou pilotes, les ports de plaisance doivent devenir des modèles de Gestion Environnementale au niveau européen.



Bon nombre de démarches de Management Environnemental existent et les ports de plaisance de divers pays européens utilisent l'ISO 14 001 ou EMAS. Néanmoins ces démarches sont généralistes, peuvent s'appliquer à tous les secteurs d'activités et ne sont pas spécifiques aux ports de plaisance.

La seule démarche de management environnemental spécifique aux ports de plaisance, utilisée en France, en Espagne et qui commence à être développée en Italie, est « Ports Propres ».

Définition de « Ports Propres » : démarche visant à encourager toutes les opérations qui concourent à l'amélioration de la qualité environnementale des ports de plaisance et de pêche, par une prise en compte, à l'échelle d'un territoire, de la problématique gestion des déchets et rejets des effluents dans les ports.

Origine : la notion de « Ports Propres » est apparue en 1984 en Bretagne. Le concept a été développé avec succès en Languedoc-Roussillon jusqu'en 2005. Il est actif dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur depuis 2001, grâce aux aides techniques et financières du Conseil régional PACA, de la DREAL, de l'ADEME et de l'Agence de l'Eau Rhône Méditerranée Corse.





Les opérations « Ports Propres » comportent cinq volets, distincts mais indispensables, afin de permettre aux gestionnaires de ports de plaisance l'accès au management environnemental dans les meilleures conditions :

Premier volet

Une étude diagnostique des flux de polluants et de déchets, qui existent ou qui transitent par le site portuaire.

Ce premier volet, préalable indispensable à la mise en œuvre des autres volets, permet :

- de faire la présentation géographique, administrative et juridique du port et de son environnement associé,
- de donner des informations précises sur les origines, la nature, et l'impact des nuisances recensées sur l'environnement,
- de faire la description exhaustive des solutions et des équipements portuaires et de gestion des déchets déjà existants,
- de définir des objectifs de qualité, souhaités pour le plan d'eau, les sédiments et les installations à terre,
- d'établir le programme d'investissement et d'actions pour atteindre ces objectifs.

Deuxième volet

Lutte contre les nuisances chroniques.

Après avoir déterminé les sources de pollution au sein du port, ce volet permettra de mettre en place des équipements destinés notamment à :

- collecter et trier les déchets solides et liquides issus des bateaux et de l'activité portuaire : réalisation d'un « point propre », d'un système de collecte et de traitement des eaux de cale, des huiles usagées, etc.
- traiter les effluents : collecte et traitement des eaux pluviales, des eaux de carénage, aménagement ou réfection de la station d'avitaillement.

Troisième volet

Lutte contre les pollutions accidentelles.

Grâce à ce volet, les gestionnaires des ports pourront, par exemple :

- préparer un plan de lutte contre les pollutions accidentelles,
- équiper les ports de kits d'intervention (barrages flottants) en cas de pollution accidentelle par hydrocarbures.

Quatrième volet

Formation des agents portuaires et des gestionnaires des ports (cf. rubrique Formation, plan de formation Gestion Environnementale Portuaire en annexe).

Cette formation est dispensée, en France, dans les centres de formation de la fonction publique pour les personnels relevant d'un statut de droit public et par des organismes de formation privés pour les personnels des ports à gestion privée.

Cinquième volet

Sensibilisation de tous les usagers du port de plaisance : plaisanciers, promeneurs, professionnels du nautisme, restaurateurs, hôteliers, etc.

Trois actions d'animation et de sensibilisation à la démarche « Ports Propres » :

- Signalétique « Ports Propres » spécifique et identique dans tous les ports de plaisance appliquant la démarche « Ports Propres ».
- Communication de la part du personnel formé à la démarche vis-à-vis de tous les usagers du port.
- Partenariat fort avec « Eco gestes Méditerranée ». « Eco gestes Méditerranée », c'est 14 structures d'éducation à l'environnement qui mettent en commun leurs compétences et leurs moyens pour intervenir sur le littoral Méditerranéen. Une mission précise : Expliquer, Promouvoir et Diffuser auprès des usagers de la Mer, les gestes pratiques pour préserver la Méditerranée. Ce partenariat se concrétise par la mise à disposition de fiches « Eco gestes Méditerranée », dans les capitaineries « Ports Propres », d'intervention sur place à la demande du gestionnaire de port, d'échanges entre les ports de plaisance et « Eco gestes Méditerranée », sur les équipements environnementaux de ports aux fins d'une diffusion large et actualisée auprès des usagers des ports de plaisance.

Pour en savoir plus : <http://www.ecogestes.com>



Reconnaissance nationale et européenne de « Ports Propres »

Quatre évènements majeurs

- Signature du pacte « Ports Propres » : le concept, bien que largement connu et diffusé, a été reconnu officiellement, au niveau national, lors du salon nautique de décembre 2007, à Paris, avec la signature, sur le stand FFPP, du pacte « Ports Propres » par toutes les Unions régionales des ports de plaisance constitutives de la FFPP.
- Certification AFNOR « Gestion environnementale portuaire » : Le Conseil régional Provence - Alpes - Côte d'Azur a financé la création d'un accord AFNOR, national, à destination des ports qui souhaitent être certifiés pour leur management environnemental.
- La formation « Gestion environnementale portuaire », dispensée aux agents portuaires, est devenue un des modules du CQP de la FFPP.
- Création de la certification Européenne Ports Propres en décembre 2011. Tous les ports européens peuvent désormais proposer leur candidature à la normalisation « Ports Propres ».

La seule certification française et européenne spécifique aux Ports de Plaisance

Pour toute information en français et en anglais : www.ports-propres.org



LES ENGAGEMENTS DANS LE MODÈLE ODYSSEA

Contributeurs : Thierry Boucher, SODEAL - Christine Stéfani, Judicaël Chasseuil, Philippe Calamel, GEC ODYSSEA

CONCEVOIR L'ÉCOLOGIE DU PORT

La modernisation du port de plaisance en port responsable, exemplaire et durable tel que défini dans le concept ODYSSEA, passe par la mise en œuvre d'une politique de conception portuaire écologique, politique dite d'éco-conception portuaire.

Mettre en œuvre le concept de port exemplaire et capitainerie du futur

L'éco-conception portuaire est une démarche scientifique qui, en France, n'en est qu'à ses balbutiements. C'est pourquoi la modernisation des ports de plaisance sera envisagée par le biais d'un programme global de Recherche et de Développement (R&D).

Sur le plan technique, le programme sera piloté à l'échelon local par un comité constitué des services techniques de la ville-port, des représentants élus et techniciens du port de plaisance et de la capitainerie et des membres des collectivités territoriales engagées dans le programme ODYSSEA.

Enfin au niveau consultatif, le programme sera suivi par un comité élargi comprenant des membres des associations de plaisanciers, des associations environnementales, les organes représentatifs de la pêche. . .

Le programme de Recherche et Développement ODYSSEA pour la modernisation des ports de plaisance est destiné :

- à l'ensemble de la filière touristique au travers de l'amélioration de la qualité de vie, de la qualité de services et de l'image de la ville-port : pavillon bleu, ports propres et accueillants, sites de plongée « normalisés »...
- aux professionnels de l'industrie nautique,
- aux riverains du port,
- aux plaisanciers,
- aux pêcheurs.



Un volet « communication » destiné à informer le public, les usagers et les professionnels sur l'avancement des travaux de recherche et le résultat des expérimentations, sera développé dans le cadre du programme ODYSSEA.

La communication sera effectuée au travers :

- de campagnes d'affichage spécifique sur le périmètre portuaire,
- de réunions avec les associations de plaisanciers,
- de réunions avec les professionnels de la filière nautique,
- de conférences de presse durant les manifestations existantes.

L'exemple d'éco-conception portuaire

Le programme de Recherche et Développement (R&D) d'éco-conception portuaire appliqué à la modernisation des ports de plaisance devra permettre de proposer et mettre en place des prototypes de solutions innovantes destinées à moderniser les ports tout en s'inscrivant dans une démarche de développement durable.

L'amélioration de la qualité écologique des ports passe par le renforcement de **la biodiversité et par la création de capital naturel**.

Rappelons qu'en règle générale, les ports sont des biotopes spécifiques qui sont particulièrement attractifs pour les espèces côtières aux stades juvéniles. Il y a 30 à 100 fois plus de juvéniles dans un port que dans un habitat naturel de même surface.



Mais ces potentialités écologiques sont ignorées, tout au plus accessoirement constatées et très rarement valorisées par des équipements spécifiques. La méthode préconisée dans le cadre du programme ODYSSEA de recherche et développement consistera à inventorier les milieux créés par l'aménagement portuaire, identifier leur capacité d'accueil et installer des supports pour la biodiversité, tout en préservant les activités socio-économiques.

Le port du futur deviendra alors un élément intégré à l'écosystème qu'il aura partiellement contribué à enrichir par des habitats en relation avec les échanges vers la haute mer : accueil de juvéniles au printemps / exportation de pré-adultes en automne, aire de nourricerie annuelle, développement de la faune et de la flore, enrichissement de la biodiversité.

Les aménagements seront envisagés de manière à s'adapter aux aménagements portuaires existants qui ont été conçus au regard de considérations techniques, économiques ou liées à l'hydro-sédimentologie mais non en tant que **supports pour maintenir ou accroître la biodiversité marine**.

L'objectif du programme ODYSSEA est de définir et d'impulser l'implantation au sein des ouvrages portuaires actuels, des écosystèmes artificiels destinés à assurer la restauration et le développement de la biodiversité. Il s'agit de rendre les installations portuaires pro-actives pour l'environnement.

Le concept d'éco-conception portuaire appliqué aux ouvrages existants est guidé par deux objectifs stratégiques :

- Améliorer les fonctionnalités des écosystèmes et augmenter la biodiversité du site par la création d'éco-habitats spécialement conçus ;
- Valoriser les fonctions halieutiques, éco-touristiques, éducatives et scientifiques des aménagements.

Ces objectifs feront l'objet d'une évaluation chiffrée de la performance environnementale portuaire, en regard de **critères de développement durable validés par un Comité de Pilotage et communiqués aux usagers**.



Typologie des outils envisageables

Les aménagements proposés dans le cadre de la valorisation éco-systémique des ports de plaisance intégrés au concept ODYSSEA sont des outils de développement de la biodiversité. Ils se veulent simples et sont conçus en fonction des caractéristiques spécifiques de l'écosystème local. Ils peuvent être intégrés directement dans les ouvrages portuaires. Dans le cadre du programme recherche/développement, des propositions complémentaires viendront alimenter ce dispositif.

On distingue les micro-habitats, les éco-blocs, les éco-récifs et les aménagements en éco-béton.

Ces outils sont à organiser et planifier au regard de leurs fonctions pour la biodiversité portuaire, de leur coût, de leur durabilité et de la technique de mise en œuvre.

Comment augmenter la biodiversité grâce aux aménagements portuaires existants ?

Le port va favoriser l'attraction d'espèces marines au niveau :

- des ouvrages extérieurs (brise-lames, digues),
- des équipements et des bassins portuaires par la création d'espaces et de supports abrités (quais, enrochements, pieux, chenaux et bassins).

Toutefois ces ouvrages resteront conçus pour assurer « techniquement » des fonctions nautiques et portuaires tout en accueillant la faune et la flore par « défaut ».

Evaluation de la performance écologique des aménagements testés dans le cadre du programme de recherche et développement :

La performance des prototypes d'équipements pourra être évaluée en comparant l'état initial et l'état final, après la réalisation des éco-équipements. Cette évaluation s'appuiera sur un outil de qualification et d'analyse des projets au regard du développement durable (OQADD).

Indicateurs de suivi socio-économique

Effets sur la pêche (exportation de biomasse, gestion halieutique)
 Effets indirects sur le port : fréquentation du port par des plaisanciers ou des touristes sensibles au développement durable, image de marque du port du fait de son engagement pour la biodiversité
 Création de nouveaux usages : éducation, recherche, éco-tourisme

Indicateurs de suivi de la biodiversité

Etat initial et suivi des poissons
 (richesse spécifique, abondance, biomasse)
 Mesure des flux naturels générés par les aménagements : marquages (tagging) juvéniles des espèces installées dans le port, suivi des déplacements des adultes (taux d'installation)...

L'INSTALLATION DE MOUILLAGES ÉCOLOGIQUES

Objectifs liés à l'action :

- limiter l'impact de l'ancrage sur les communautés de la faune marine existantes
- sécuriser les secteurs où se côtoient baigneurs et plaisanciers

Ainsi, certains sites sont sur-fréquentés en période estivale, ce qui engendre d'une part des dégradations sur le biotope marin et d'autre part des conflits d'usages plaisanciers et baigneurs, plaisanciers et plongeurs, plaisanciers et plongeurs.

Le concept ODYSSEA préconise d'établir un diagnostic préalable destiné à définir les facteurs connus contrariant l'état de conservation ou menaces potentielles sur le territoire maritime et le périmètre de la zone portuaire d'intervention :

- Ancrage
- Pollution
- Macro-déchets
- Piétinement



Photos ADENA - Renaud Dupuy de la Grandrive

Plusieurs types d'ancrages écologiques pourront être implantés en fonction du substrat ; un repérage par des plongeurs demeurera nécessaire pour optimiser le type d'ancrage en fonction du milieu sur lequel il sera installé.

Indicateur de réalisations

Nombre d'ancrages installés.

Indicateur de résultats

Evaluation des indicateurs de vitalité : Densité/indice foliaire/recouvrement.

Recouvrement/espèces sessiles/espèces dressées/richeesse spécifique.

La solution « fleur de mouillage » - Le projet des ports de plaisance, exemple du Cap d'Agde

Le projet ODYSSEA soutiendra les solutions innovantes ayant fait leur preuve dans une logique d'aménagements et d'équipements éco-compatibles des ports de plaisance. Le concept « fleurs de mouillages » développé par les ports de plaisance du Cap d'Agde est, à titre d'exemple, un modèle retenu dans le programme ODYSSEA. L'installation de fleurs de mouillages, nouveaux pontons mobiles éco-responsables, permet d'amarrer plusieurs bateaux à la fois autour d'un seul point d'ancrage. Cette solution accroît le nombre de mouillages alternatifs dans les avant-ports et favorise la gestion raisonnée de l'espace portuaire en réduisant l'impact de l'ancrage sauvage sur l'environnement.

Dans l'objectif de pallier les manques d'emplacements portuaires mais aussi pour adapter l'offre de service à certains de ses clients – professionnels ou particuliers – en termes de postes d'amarrages équipés et disponibles, la SODEAL (Société de développement Economique d'Agde et du Littoral) a initié une solution totalement innovante : les « Fleurs de mouillage ».

En premier lieu il s'agit de libérer des postes d'amarrages utilisés par les professionnels n'utilisant pas les prestations en eau et électricité pour les proposer aux plaisanciers.

En deuxième lieu, il s'agit de proposer des postes à moindre coût d'exploitation aux professionnels pour y stocker leurs bateaux (sans fluides) tout en améliorant les conditions de sécurité (accès par mer uniquement).

Ce concept baptisé « Fleurs de mouillage » est le fruit d'un partenariat Public/Privé et d'une collaboration entre la SODEAL et la société PORALU ; il s'agit d'une plateforme équipée de 4 catways de 10 m. assemblés en croix, l'ensemble étant immobilisé par un corps mort. Ce système permet le stockage de 8 bateaux de 11 à 15 m.

L'autre intérêt du système : sa modularité et son caractère réversible, les éléments pouvant être utilisés sur d'autres secteurs.

Exemple, possibilité d'installer les Fleurs de Mouillage dans une zone de mouillage forain.

Cet outil innovant trouve là une solution d'extension des ports qui s'inscrit parfaitement dans les objectifs du développement durable préconisés dans ODYSSEA sans compromettre la réalité du marché et la valorisation économique de tels produits.



Photos ADENIA - Renaud Dupuy de la Grandrive

Collectivités locales et tri sélectif des déchets

Compétence obligatoire des communes, dans tous les pays européens, la gestion des déchets ménagers et assimilés présente de nombreux enjeux :

- la prévention (quantité et nocivité des déchets produits et collectés)
- la multiplication des flux de collecte (ordures ménagères, collectes sélectives, déchèteries, etc.)
- l'optimisation du service de collecte, de stockage et de traitement

Cette gestion des déchets communale s'intègre dans le plan de prévention et de gestion des déchets non dangereux, qui, en France, est de la compétence du Département.

Dans le cadre du Livre blanc, où il est exigé que le port soit au moins engagé dans la démarche « Ports Propres », il est nécessaire d'associer la collectivité locale aux efforts environnementaux.

La collectivité locale qui souhaite devenir cité pilote ODYSSEA, doit mettre en place, a minima, une collecte sélective des déchets, notamment, ordures ménagères, papiers cartons, verres, et ce, à proximité du port, voire sur le port de plaisance.

Elle disposera d'une déchèterie communale ou intercommunale pratiquant le tri sélectif.

Ce dispositif s'inscrit dans le plan départemental de prévention et de gestion des déchets non dangereux.

La collectivité locale prévoira aussi le stockage et l'élimination de ces déchets selon les procédés adaptés.

Enfin, la collectivité locale peut être proactive dans la gestion des déchets, en utilisant :

- des outils de diagnostic pour de la prévention, du développement ou de l'optimisation
- une base de données de tous les déchets
- des mises à jour annuelles
- des procédés innovants



- des supports de communication (habitants, écoles, etc.)
- des outils de formation du personnel et des élus

Pour aider les collectivités dans l'optimisation de la collecte, du transport, du stockage et du traitement des déchets, en France : www.ademe.fr rubrique Collectivités.

Pour les pays européens, il faudra s'adresser à l'Agence européenne des déchets (en cours de création).

Éducation à la préservation de l'environnement marin

La commune littorale « cité pilote ODYSSEA » mettra en œuvre une politique d'éducation à la préservation de l'environnement marin. Des moyens internes et externes (exemple : Ecogestes Méditerranée, campagne d'éducation à l'environnement), interviendront pour la sensibilisation des publics scolaires, des habitants et des touristes.

INSTALLER DES ÉQUIPEMENTS ÉCO-COMPATIBLES

EAU - ÉNERGIE DOUCE, ÉCO-ÉCLAIRAGES

Dans le cadre du programme ODYSSEA, chaque port de plaisance, en fonction des critères définis lors d'une étude préalable, devra fournir un pourcentage de sa consommation en énergie par le biais d'énergie renouvelable (panneaux solaires, éoliennes...). Une assistance concernant les travaux et les nouveaux aménagements sera menée par le GEC ODYSSEA. Tous les nouveaux équipements devront générer des économies d'énergie (gestion de l'eau, de l'éclairage...) et se faire selon les labels environnementaux des pays sur lesquels se trouve le port de la ville labellisée ODYSSEA ainsi que de l'Union Européenne.



L'EAU COMME NOUVEAU VECTEUR DE TRANSPORT, SANS COMPROMETTRE LA QUALITÉ ÉCOLOGIQUE DES MILIEUX

Encore peu exploités pour les liaisons locales, la mer et les cours d'eau offrent des potentialités en termes de liaisons par voies maritimes ou fluviales qui permettraient de relier à partir d'un système de « bateau-bus », les stations littorales entre elles ou les stations littorales et les centres urbains. Au préalable, il s'agira de vérifier la compatibilité des projets avec la protection des écosystèmes en place.

PRIVILÉGIER LA MOBILITÉ DOUCE

L'ensemble des acteurs du tourisme engagés dans ODYSSEA, s'accordent à dire que les modes de découvertes douces sont actuellement ceux qu'il faut privilégier et développer dans la mesure du possible. Il sera demandé dans les différents ports de mettre à disposition des agents d'accueil, des boscos et des agents portuaires des moyens de développement doux (voiture électrique, gyropode, vélo, vélo électrique...) pour accueillir, ainsi que pour effectuer les différents travaux d'entretien du port de plaisance. En parallèle à cette mobilité douce des agents portuaires, les ports de plaisance devront aussi mettre à disposition des plaisanciers des moyens de déplacements doux (cf. l'éco-gare).

L'ÉCO-GARE ODYSSEA

L'éco-gare ODYSSEA est un service qui devra être apporté à la fois aux plaisanciers mais aussi aux clientèles touristiques. Cette dernière devra obligatoirement se composer de véhicules non polluants : vélos, vélos électriques, gyropodes, voitures électriques... Pour les plaisanciers/navigateurs, l'éco-gare permettra de découvrir la ville, mais aussi d'effectuer des actions commerciales indispensables à chaque escale (besoin en eau, en nourriture...). Pour les vacanciers, de façon générale, cette éco-gare ODYSSEA sera un moyen de découvrir la ville selon l'Itinéraire Mer & Terre ODYSSEA (guide papier, smartphone, tablette numérique, GPS). Dans la mesure du possible, la découverte touristique de la ville-port devra se faire avec un guide conférencier formé sur l'offre touristique de sa commune selon l'Itinéraire Mer & Terre ODYSSEA ainsi que sur les discours validés par les groupes de référents (histoire, géographie, environnement, etc.).



INITIER UNE NOUVELLE POLITIQUE DE GESTION ENVIRONNEMENTALE DE L'ACCUEIL

*Contributeurs : Véronique Tourrel, Déléguée générale UPACA, Ingénieur en Environnement
Philippe Calamel, Directeur de projet France-Europe ODYSSEA*

LES BOSCOS ODYSSEA

Cette action est intégrée dans la Coopération Européenne ODYSSEA visant à faire évoluer l'opération « Ports Propres » et la certification « Gestion Environnementale Portuaire » (GEP) en norme européenne avec, pour objectif à moyen terme, la création d'une norme européenne commune.

La certification « Gestion Environnementale Portuaire » a été créée en France fin 2008, par la FFPP. Elle atteste du bon déroulement et du respect des phases de la démarche « Ports Propres », ainsi que de la maintenance des équipements et de l'évolution permanente de la démarche environnementale. Cette démarche commune de développement durable s'appuie sur la prise de conscience des gestionnaires de ports de la FFPP, des collectivités, des professionnels du nautisme, des plaisanciers et autres usagers, de la fragilité du milieu marin, de la nécessité de le protéger et des enjeux économiques et touristiques y afférents.

C'est un enjeu stratégique travaillé en concertation et coopération au niveau européen par le réseau ODYSSEA, bénéficiant d'une étude comparative de plusieurs expériences notamment transfrontalières, sur la gestion environnementale qui permet la définition d'une norme européenne commune d'éco-gestion et management environnemental des ports et de l'activité Plaisance.

Les investissements financés par l'Europe et les Régions concrétisent l'expérimentation du modèle ODYSSEA. A titre d'exemple l'éco-gare ODYSSEA est un investissement garantissant les mobilités du port vers la cité et les territoires ruraux dans une exigence de déplacement doux, respectueux de l'environnement.

Le « Bosco ODYSSEA »

La réalisation d'une démarche d'éducation environnementale des plaisanciers et usagers de la mer est structurée et rendue opérationnelle par la mise en place d'un réseau de personnel spécialement formé dans les capitaineries et appelé « Boscos ODYSSEA® ».

Les Boscos bénéficient de compétences assurant l'interface entre le port – capitainerie, les usagers plaisanciers et des loisirs nautiques et ils veillent aux bons comportements éco-citoyens.

Ils sont chargés de l'accueil, de l'information, la sensibilisation à la préservation de l'environnement. Ils sont aussi formés aux conseils de navigation, des manœuvres à la voile ou au motonautisme. Ils délivrent des conseils sur les offres et services de la capitainerie, professionnels du port et de la cité maritime et du terroir rural.

Ils bénéficient dans les capitaineries d'équipements innovants d'information-TIC (concept de comptoir maritime ODYSSEA). Ils assurent le suivi et le fonctionnement de micro-infrastructures technologiquement innovantes comme la production d'énergie électrique pour les usages des ports, la collecte des fusées périmées...



Financement des postes de Bosco en phase pilote :

Fonds Européens de coopération FEDER et FSE – Fonds Social Européen. (80 % voir 100 % de la dépense)

Chaque fonds participe à l'objectif « compétitivité régionale et emploi » de manière différente :

- le FEDER pour la promotion de l'innovation et de l'attractivité territoriale ;
- le FSE pour soutenir les emplois, la formation et l'insertion professionnelle.

INTÉGRER DES OUTILS DE COMMUNICATION ADAPTÉS

LES TOTEMS D'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT DANS LA LOGIQUE DES CAMPAGNES ÉCOGESTES

Chaque capitainerie devra mettre dans ses locaux ou en extérieur, mais de façon accessible à tous plaisanciers, des panneaux « Éco-gestes » afin de transmettre des messages de protection de l'environnement marin. Ces derniers devront être accessibles à tous publics (adultes et enfants) et en plusieurs langues. Les différents sites internet (office de tourisme, port de plaisance, portail ODYSSEA) où la ville labellisée « Patrimoine Phare de la Méditerranée » apparaît, devront avoir accès à ces totems. Ces derniers devront correspondre à l'identité environnementale mer et terre de la commune. Ils seront rédigés avec les associations et institutions environnementales locales.

LA COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE

Il sera demandé à chaque port de faire apparaître sur tous ses documents (papier, informatique - site internet, application, web app...) des messages de protection de l'environnement maritime. Il sera demandé d'afficher et de fournir sur demande le document « les éco-gestes du plaisancier » réalisé en 2009 par le ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire. Ce document pourra être téléchargeable. Lorsque cela sera possible, lors des différents événements nautiques de la commune, des campagnes de protection de l'environnement devront être mises en place (PLV, flyer, stand...).

LE PARTENARIAT PORT DE PLAISANCE ET ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES

La sensibilisation des publics jeunes à la protection de l'environnement marin.

Des journées d'accueil pour les classes de la commune et de son itinéraire culturel Mer & Terre à moins d'1h devront être mises en place par les capitaineries. Ces dernières devront informer et éduquer les enfants à l'environnement marin et à sa nécessaire protection. Ces dernières le feront en partenariat avec l'éducation nationale et les associations locales. Dans certains cas, un travail de collaboration pourra être mené sur l'ensemble d'une année scolaire.

Pour préparer ou compléter la balade : l'écokiosque

L'Écokiosque et sa série de 6 posters sur le milieu marin et les activités, est situé sur la Plage, juste en face du stand de l'ADENA.




Ce petit kiosque en bois naturel dévoile une fresque de 6 posters de 160 x 120 cm... permettant de découvrir les richesses de la biodiversité marine et les activités maritimes de la région d'Agde.



Il s'agit du premier outil de sensibilisation du public de ce type installé dans la région Languedoc-Roussillon.

Ses objectifs :

- sensibiliser le grand public aux richesses méditerranéennes méconnues de la biodiversité marine dans les eaux d'Agde et du Cap d'Agde = c'est de l'écotourisme !
- faire connaître les activités maritimes anciennes et actuelles qui s'exercent sur ce site (par exemple la pêche professionnelle des petits métiers)
- valoriser ces richesses et ces activités maritimes
- inciter le public à les découvrir par le biais de l'écotourisme

Cette action réalisée par l'ADENA a été menée dans le cadre du Défi Territorial marin ELGA (Espace Littoral de Gestion Associée), sur le site Natura 2000 marin et soutenu par l'Agence de l'Eau RMC, la Région Languedoc-Roussillon et la Ville d'Agde.

LES SOLUTIONS EN MATIÈRE D'ÉCO-TOURISME

DÉVELOPPER UN ÉCO-TOURISME D'OFFRES MARITIMES

Contributeurs : Renaud Dupuy de la Grandrive, Directeur ADENA, Aire Marine Protégée Posidonies Cap d'Agde - Christine Stéfanini, GEC ODYSSEA

L'aménagement intégré des espaces maritimes dans le programme ODYSSEA va permettre de répondre aux attentes des clientèles et des résidents, de développer une offre différenciée et de conforter l'attractivité du territoire : découverte des activités nautiques, découverte des paysages du littoral, accessibilité des équipements et des services, diversification des offres nautiques. . .

La valorisation de l'identité culturelle maritime du territoire, des aspects environnementaux, des sites du patrimoine de la mer, de la pratique des activités nautiques et des savoir-faire traditionnels appuiera :

- les activités ponctuelles à la journée
- l'accessibilité en moyenne et basse saison
- l'attractivité du port et le cabotage

et viendra générer du trafic complémentaire tout au long de l'année.

Un tel objectif suppose notamment de protéger et valoriser le patrimoine littoral (y compris les activités productives qui contribuent à son identité) et de mieux articuler tourisme et développement durable. Ceci passe par un développement urbain et rural concerté, solide, équilibré et une gestion raisonnée de la plaisance.

L'escale nautique est l'une des priorités du programme ODYSSEA. Elle valorise et informe sur tout ce qui a trait à l'eau en tant que découverte culturelle, environnementale et de loisirs. Elle recense toutes les activités de la plaisance, la pêche promenade, la balade en mer, la voile loisir, la plongée et la voile croisière (plus beaux mouillages). Le port de plaisance valorise et met en avant les acteurs de la filière : clubs de plongée, location de bateau, aquarium marin, associations de protection d'environnement marin et lagunaire...

PROMOUVOIR LA PRATIQUE D'ACTIVITÉS NAUTIQUES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT

- Faire des bases nautiques des lieux exemplaires du développement durable et améliorer la formation des animateurs et moniteurs.
- Favoriser la pratique du nautisme (motonautisme, voile, plongée sous-marine, bateaux de promenade...), en prenant en compte son impact sur les écosystèmes marins, dans le cadre d'une gestion intégrée au service de la protection, de la découverte et du respect du milieu marin.
- Favoriser les initiatives locales promouvant l'installation de dispositifs respectueux de l'environnement en mer, mouillages écologiques à destination des plongeurs et des plaisanciers en particulier.
- Exemples : mouillages de plongée du site des Tables (Aire Marine Protégée Posidonies du Cap d'Agde, Réserve naturelle Marine de Cerbère Banyuls), projet de mouillages écologiques plaisance et plongée de Brescou (Aire Marine Protégée Posidonies du Cap d'Agde).
- Favoriser le lien entre les acteurs et les gestionnaires des sites marins : brigades bleues, campagnes de sensibilisation, (exemples : Site de Cap Taillat en PACA, projet Aire Marine Protégée Posidonies du Cap d'Agde).
- Soutenir les chartes de bonnes pratiques impliquant les acteurs locaux.

Comment parcourir le sentier sous-marin ?

Cinq bouées avec mouillages écologiques, représentant cinq types de paysages, sont installées au long du parcours, avec des panneaux sous-marins décrivant ces milieux et les espèces rencontrées.



> En découverte autonome, en suivant les bouées équipées de panneaux d'information sous-marins.
 > For petit groupe de 8 personnes maximum, guidé par un animateur ADENA, diplômé de plongée et équipé de palmes, masque, tuba et combinaison isotherme.
 Cette découverte commence par une présentation du sentier et la préparation du matériel, puis dans l'eau et enfin au retour sur la plage. Elle s'appuie aussi sur l'Aquaguide du sentier sous-marin, la brochure explicative et les panneaux de sensibilisation installés au stand de l'ADENA.



ENCOURAGER LA PÊCHE / PRODUIT ÉCO-TOURISTIQUE

C'est une thématique à faire reconnaître, dans son aspect maritime, mais aussi lagunaire.

La pêche concentre une grande variété de prestations et d'offres :

- pêche en mer avec des professionnels
- reconstitutions de pêches traditionnelles
- sentiers de découverte
- fête de la mer ou de la St-Pierre
- musées
- visites de lieux professionnels...



Ce thème se retrouve également très souvent de façon anecdotique au cours de visites historiques ou dans le parcours d'un musée. Mais cette valorisation est à l'image de celle du patrimoine littoral en général, c'est-à-dire très localisée et ponctuelle.

Si les sorties en mer ou la pêche au gros, généralement très nombreuses, bénéficient d'une publicité importante, d'autres activités du type visites de criées ou reconstitutions de pêches à l'ancienne restent assez confidentielles. Par leur nature même, ces prestations ne peuvent supporter trop de public, mais cet aspect « confidentiel » doit participer à l'attractivité du produit et soutenir une filière qui en a besoin.

UN EXEMPLE D'APPLICATION : LE CONCEPT D'OBSERVATOIRE MARIN

ODYSSEA, une invitation au voyage dans la nature et dans la mer



Selon la structuration des lieux et des espaces disponibles, ODYSSEA préconise également la création d'un Observatoire marin, véritable espace de découverte et d'interprétation du monde de la mer pour rendre lisibles et accessibles à tous publics les actions menées au travers des outils Natura 2000 (Aires Marines Protégées) et en termes de protection du littoral, de valorisation des espaces sous-marins (sentier sous-marin), d'éco-conception du port (éco-récifs)...

L'information de tous les publics (scolaires, résidents, vacanciers en escale . . .) sur le milieu marin, la création de nouvelles offres éco-tourisme sont au cœur du dispositif. Cette approche, dans ses dimensions de valorisation touristique du patrimoine maritime, de sensibilisation à la fragilité des espaces nautiques, est le gage de l'appropriation des actions initiées localement et le garant d'un engagement du grand public aux causes environnementales . . .

Le programme ODYSSEA valorise l'authenticité des espaces et la richesse environnementale du littoral en proposant un espace d'accueil des activités de gestion environnementale et de sensibilisation du public. Il pourra s'agir de l'aménagement d'une salle d'exposition dédiée, d'un partenariat avec une association existante pour favoriser l'accueil des scolaires, des acteurs locaux et du public, d'équipements multimédias à la capitainerie, d'optimisation des outils NTIC dans cet objectif . . .

Les missions de l'Observatoire marin :

1. CONNAÎTRE : Études et suivis scientifiques du milieu marin par le gestionnaire, les équipes scientifiques associées, les collectivités et y associer les acteurs locaux

2. SENSIBILISER :

- Education du jeune public
- Sensibilisation des vacanciers
- Information et sensibilisation des usagers
- Formation des acteurs locaux

3. GÉRER : gestion des milieux et des espèces. Gestion des usages et des installations (sentier sous-marin, bouées écologiques, observatoire . . .)

Les cadres opérationnels

L'intégration du projet dans les Documents d'Objectifs existants sur le territoire (Natura 2000 – Aires Marines Protégées . . .)

La définition d'un plan de gestion de la zone marine

La mise en place d'un Comité de Pilotage du site marin présidé par la Préfecture maritime autour des acteurs locaux

Les actions à développer en matière d'Éco-tourisme mer

- Partenariat avec les réseaux existants (MedPAN, mediterranean marine protected area network <http://www.medpan.org/>)
- Solutions d'interprétation utilisant les NTIC (écokiosque, land'art . . .)
- Nouvelles activités : découverte du milieu maritime via les NTIC, suivi pédagogique de la diversité des espèces marines, découverte de l'espace maritime et/ou lagunaire (utilisation des moyens de déplacement doux : Kayak de mer, vélo, bateau électrique . . .)

Les outils de communication associés

- Édition du guide d'escale sur les aspects environnementaux
- Création d'un livret d'interprétation des paysages culturels sur les aspects environnementaux
- Réalisation de supports de visites à caractère environnemental pour les prestataires du port (passeurs, bateaux promenade . . .)
- Mise en place d'un plan de formation des acteurs locaux sur l'environnement marin et littoral (personnel du port, collectivités, moniteurs voile, plongée, jet ski, passeurs, concessions plages, bateaux promenade . . .)

Du comptoir Grec au comptoir Culturel Maritime



Un observatoire marin HQE ouvert à tous pour une approche pédagogique et ludique du milieu marin agathois à partir des actions engagées localement grâce aux NTIC (audio)

[Menu Principal](#)

CHARTE ODYSSEA

DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE

PILIER 6

Formation

PRÉAMBULE :

LA FORMATION SUPPORT STRATÉGIQUE DU PROGRAMME ODYSSEA

Contributeurs : Véronique Villemant, GRETA Catalogne - Sylvain Campos, la Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable

Le dispositif ODYSSEA, comme « nouveau concept territorial de développement économique, culturel et identitaire » s'appuie sur la volonté des acteurs à s'approprier un nouveau territoire de projet. Sur le plan des ressources humaines, la mise en place du programme ODYSSEA demandera des nouveautés et/ou des changements pratiques dans les postes de travail, des nouvelles missions et la création de nouveaux métiers (cf Bosco). De nouvelles fiches de poste seront créées et les compétences des salariés seront développées dans ce sens.

La gestion des ressources humaines est un paramètre essentiel à la réussite du projet ODYSSEA sur chacun des territoires. De ce fait, la formation, outil moteur du développement économique des territoires, est l'une des composantes majeures du dispositif ODYSSEA.

LE DÉVELOPPEMENT DE LA COMPÉTENCE ET L'ANALYSE DU BESOIN DE FORMATION

Une compétence s'acquiert et se développe progressivement.

Elle se développe en situation réelle de travail à partir des connaissances et des méthodes acquises et transférées pour réaliser l'activité.

La compétence est en constante évolution ; c'est un processus qui exige de l'individu d'être en situation d'apprentissage continue.

Au regard de son activité, l'évolution des compétences du professionnel lui permet :

- de s'adapter à l'évolution de son activité,
- d'évoluer vers d'autres fonctions dans l'entreprise,
- d'actualiser ses connaissances,
- de faire évoluer ses pratiques professionnelles. . .

Il est nécessaire de distinguer les niveaux de compétence à acquérir :

1. Niveau d'information : connaissance théorique sans maîtrise de la pratique
2. Niveau de réalisation : pratique de base ou courante
3. Niveau de maîtrise : maîtrise développée
4. Niveau d'expertise : aptitude à innover, à faire évoluer le domaine, à transmettre



Le niveau et les composantes de la compétence permettent de définir les objectifs de formation, les domaines de formation et les objectifs pédagogiques...

L'approche proposée s'appuie sur la mise en place d'un panel de formations au service des acteurs et des territoires concernés, en présentiel et à distance (grâce à une plateforme e-learning).

- **Le mode présentiel** s'appuie sur des contenus vivants, numériques et papiers, permettant aux apprenants de s'approprier les contenus, de pouvoir y revenir et d'avoir une vision d'actualité des thématiques traitées. La formation présentielle favorise l'utilisation de contenus pédagogiques professionnels issus du monde professionnel et de l'échange de pratiques professionnelles.
- **L'e-learning** ODYSSEA s'appuie sur la personnalisation du parcours d'apprentissage, au travers des notions suivantes :
 - Formation à la demande (de n'importe où, à n'importe quel moment, autant de fois que l'on veut)
 - Suivi personnalisé (tuteur, tests postérieurs à la formation, programmes de mise à jour des connaissances, etc.)
 - Accès à de nombreuses ressources connexes
 - Possibilité d'échange avec les autres apprenants sur une grande échelle à l'aide de forums, RDV visioconférences et de messagerie instantanée
 - Possibilité de tenir une dizaine de formations le même jour dans le monde entier
 - Automatisation de l'administration
 - Enrichissement dynamique du contenu
 - Richesse des contenus et des tests
 - Evaluation précise et récurrente
 - Traçabilité et rapports d'activité

Dans le cadre de ce projet, des modules de formation ont été élaborés dans chacun des piliers du dispositif (Qualité, Innovations, Culture et Patrimoine, Environnement).

Ces formations sont intégrées dans le portefeuille de formations ODYSSEA.

L'outil formation impactera ainsi l'ensemble des compétences des différentes parties prenantes du modèle.

Ainsi, les objectifs attendus seront de garantir notamment :

- l'innovation, l'organisation et la promotion d'un tourisme de qualité
- un accueil exemplaire
- des offres et services d'excellence
- l'attrait de nos cités portuaires dans la volonté d'offrir à nos hôtes voyageurs le vrai visage de notre région : mer, voies navigables, terroirs et montagne
- un environnement naturel et culturel préservé...

Les formations ODYSSEA prendront en compte la transversalité du modèle de développement compétitif et durable et ainsi que les acteurs publics et privés du nautisme, du tourisme littoral et rural, de la culture, de la viticulture, de l'agriculture, de la pêche...

Chaque projet local de territoire sera unique et les compétences de chaque catégorie d'acteurs inhérentes à celui-ci seront listées au travers d'une fiche de poste. Des nouvelles pratiques professionnelles seront recensées voire même de nouvelles missions qui déboucheront sur des nouveaux métiers.

Des partenaires issus du milieu de la formation (GRETA Catalogne, la Cité de la Culture et du Tourisme Durable, l'UPACA, IEIC...) ont élaboré une liste de formations non exhaustive (cf. annexes). De ce fait, chaque territoire pourra s'appuyer sur ce portefeuille d'actions afin d'assurer l'appropriation du projet par chacun des acteurs impliqués dans ce projet.

FORMATIONS ODYSSEA LIÉES AU PILIER QUALITÉ

Formations possibles :

- **Intégrer le projet territorial (cf. annexe 1)**

L'objet de cette action de formation/sensibilisation vise à permettre à l'ensemble des parties prenantes (acteurs de la gouvernance, opérateurs publics et privés du tourisme, du nautisme et des secteurs liés) de s'approprier le contenu, les valeurs et les objectifs de la démarche ODYSSEA.

- **Technicien d'accueil touristique (cf. annexe 2)**

L'accueil des clients dans les structures de tourisme et de loisirs est un des facteurs qualité dans les territoires. Des professionnels travaillent dans ce secteur mais une sensibilisation à l'organisation et l'animation des prestations, l'apport de conseils, la préparation de guides de visite... peuvent renforcer un sentiment d'appropriation de l'ensemble des acteurs sur un projet de territoire ODYSSEA.

- **Formation d'auditeurs qualité internes (cf. annexe 3)**

Chaque projet de territoire devra répondre au cahier des charges avec les exigences propres à ODYSSEA. Des auditeurs seront ainsi désignés afin de permettre une vérification des différents items. Cette formation a pour objectif de certifier des auditeurs internes aux structures.

FORMATIONS LIÉES AU PILIER INNOVATIONS

Formations possibles :

- **Séminaire ou ateliers de l'offre créative (cf. annexe 4) :**

Ce type de manifestations a pour vocation de fédérer les acteurs autour de la logique du management par solutions créatives pour favoriser l'émergence d'une offre touristique participative, dynamique et compétitive.

- **Organiser une manifestation promotionnelle (cf. annexe 5)**

Les manifestations de ce type sont des outils indispensables à la promotion des produits locaux que le territoire souhaite mettre en exergue.

- **Les TIC, des outils au service du développement (cf. annexe 6)**

Différents outils comme la PAO, la DAO et les plateformes numériques comme Open Element seront étudiés par les candidats afin de permettre un développement des modes et des moyens de communication.

- **Maintenance de premier niveau des TIC (cf. annexe 7)**

Les difficultés liées aux problèmes de panne informatique, de mauvais fonctionnement d'un logiciel peuvent entraîner un ralentissement du service rendu au client. Les acteurs qui utilisent les TIC pourront initier une procédure de dépannage à l'issue de cette formation.



FORMATIONS ODYSSEA

LIÉES AU PILIER CULTURE ET PATRIMOINE



Conception et gestion de l'itinéraire culturel ODYSSEA et des 4 thématiques d'escales.

Ces dernières années, divers territoires ont mis en place des processus de développement local s'appuyant sur la conservation et la valorisation des identités locales, sur l'attention pour l'environnement et l'aménagement urbain, sur la capacité des biens culturels et des produits oenogastronomiques à raconter l'histoire et les traditions des lieux, donnant vie à un nouveau mode de concevoir le tourisme, basé sur la recherche d'expériences, de connaissances, d'enrichissement intérieur et d'émotions.

Dans cette optique, les institutions internationales sont de plus en plus nombreuses à identifier les itinéraires culturels comme l'instrument idéal pour la mise en place de ces objectifs, comme le Conseil de l'Europe qui, en 1987, a lancé le programme homonyme.

Au vu des expériences développées, l'itinéraire culturel peut être défini comme un nouveau type de bien culturel complexe composé d'une série de sites, paysages culturels, monuments, musées, systèmes touristiques et autres qui ont séparément leur propre valeur, mais qui mis en réseau assument une valeur touristique bien différente augmentant leur capacité attractive et la motivation au voyage. Ils deviennent en quelque sorte le « sens du voyage ».

Il s'agit d'une nouvelle vision du système de l'offre culturelle capable de répondre aux défis du nouveau millénaire. Selon des approches scientifiques, il est possible de fournir des indications au secteur du tourisme culturel pour améliorer de manière qualitative la façon actuelle de visiter et comprendre le patrimoine. La proposition des nouveaux modes d'utiliser le patrimoine culturel territorial, suivant les récentes théories du concept de l'héritage, pourra permettre la croissance des flux touristiques en des lieux et zones qui ont été proposés sous d'autres visions et qui aujourd'hui présentent d'évidents signes de crise. Ainsi, dans la perspective d'un tourisme compatible avec le territoire, on peut parler de « tourisme doux », responsable, accessible à tous sans barrières de type économique, structurel, social, culturel. De tels concepts ont été mis en évidence à l'occasion de la Journée Européenne du Tourisme, organisée par l'Unité Tourisme de la Commission Européenne à Bruxelles le 27 septembre 2010, au cours de laquelle ODYSSEA a été invité à présenter sa stratégie dans une logique de « Destinations Europe ». Une des conclusions est l'importance de la formation des acteurs des différentes filières professionnelles associées au programme ODYSSEA qui est considérée comme nécessaire pour mettre en place de vraies synergies et atteindre les objectifs de résultats.

Formations possibles :

- **Valorisation et animation des patrimoines cibles (cf. annexe 8)**

Ce module vise à donner aux acteurs du développement touristique, les clés pour valoriser et mettre en tourisme la culture et le patrimoine cible (matériel et immatériel) de leur destination.

- **Agent de développement du tourisme patrimonial (cf. annexe 9)**

La mission essentielle d'un agent de développement du tourisme patrimonial est de promouvoir à une échelle humaine et maîtrisée les richesses et spécificités d'un territoire. Cette formation-action qui comprend différents modules comme le milieu naturel, l'architecture et le patrimoine, l'histoire du territoire... permettra au candidat de s'initier ou de renforcer ses compétences professionnelles dans son poste de travail.

- **Formation des futurs porteurs de projet à la labellisation « Itinéraire Culturel du Conseil de l'Europe » (cf. annexe 10)**

L'objectif principal de cette formation est de permettre aux collectivités et aux futurs porteurs de projet engagés dans le dispositif, de s'approprier le cadre d'attribution de la mention « Itinéraire culturel ».

- **Echanges culturels entre stagiaires de la F.P.C. (Formation Professionnelle Continue) en formation Tourisme et Patrimoine par différents pays européens partenaires du projet ODYSSEA par le GRETA (Groupement des Etablissements) Catalogne (cf. annexe 11).**

Dans le cadre de la mention « Itinéraire culturel » du Conseil de l'Europe, il s'agit de mettre en œuvre un programme de mobilité, s'inscrivant dans le cadre des « échanges culturels et éducatifs de jeunes européens ».

FORMATIONS ODYSSEA LIÉES AU PILIER ENVIRONNEMENT

Formations possibles :

- **Tourisme durable et environnement (cf. annexe 12)**

Cette formation vise à la sensibilisation des acteurs du tourisme aux enjeux du développement durable et au management environnemental.

- **Gestion environnementale des ports de plaisance (cf. annexe 13).**

- **Développement d'un titre professionnel pour les BoscOs ODYSSEA (cf. annexe 14).**

Accompagner à l'élaboration des référentiels et outils nécessaires au dépôt d'un titre « Bosco ODYSSEA » à la Commission Nationale des Certifications Professionnelles (CNCP).

- **Module de sensibilisation des usagers aux Ports Propres en e-learning : information et formation aux éco-gestes (annexe 15)**

Sensibiliser les touristes usagers des ports propres aux éco-gestes et aux équipements spécifiques.



LES SOUTIENS OFFICIELS ODYSSEA

- Le projet ODYSSEA a reçu, en date du 16 mars 2007, le soutien de l'Etat par le Ministre Perben tant il permet d'appréhender la politique maritime intégrée, intersectorielle et multidisciplinaire par son impact sur l'emploi, le développement technologique et l'innovation, le développement économique et territorial des cités portuaires liées à leur terroir.
- En décembre 2008, Serge Pallarès, président de la Fédération Française des Ports de Plaisance a signé, au côté de Jean-Louis Borloo, ministre de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer, une Charte de développement durable (dans le cadre du Grenelle de l'Environnement) dont l'article 3 « Développement économique, social et culturel des régions littorales » porte sur ODYSSEA.
- ODYSSEA a aussi été inscrit au programme de travail du Conseil National du Littoral et a signé un partenariat formel avec l'Association Nationale des Elus du Littoral (ANEL) et l'Association Nationale des Maires des Stations Classées et des Communes Touristiques (A.N.M.S.C.C.T).
- ODYSSEA a été reconnu comme projet stratégique à la conférence euro-méditerranéenne des ministres du Tourisme de l'Union pour la Méditerranée (Barcelone, 20 mai 2010).
- La Présidence espagnole de l'Union Européenne a inscrit le soutien au modèle ODYSSEA lors de la Commission Européenne pour la conférence euro-méditerranéenne.
- Le projet ODYSSEA a été labellisé, en juillet 2010, par le Conseil Culturel de l'Union pour la Méditerranée et pourra donc bénéficier de la valeur de ce réseau méditerranéen à forte attractivité.
- Le 27 septembre 2010, ODYSSEA a été présenté comme projet exemplaire dans le cadre de l'European Tourism Day à la demande de la DG Entreprises de la Commission Européenne.
- Le 05 novembre 2010 et en décembre 2011 un accord-cadre de soutien au modèle ODYSSEA a été signé, à Paris, entre le ministère du Tourisme, la FFPP et le Groupement Européen de Coopération ODYSSEA.



- Création, en 2011, du comité d'experts, des scientifiques, des universités, des chercheurs, des historiens... présidé par l'Institut Européen des Itinéraires Culturels qui travaille sur les contenus des routes historiques et culturelles de la Méditerranée
- ODYSSEA et ses escales patrimoniales phares, pour garantir la véracité des thèmes retenus, assurer une recherche et une prospective permanente.
- En mars 2012, la Commission Européenne a communiqué la « Notification of the award decision - CFP 23/G/EBT/CIP/11B/N02S008 - ODYSSEA Trans-national cooperation projects on European cultural routes ». Seulement quatre projets exemplaires ont été sélectionnés dont « ODYSSEA Cultures Euro-Med ».
- Le 07 mars, la candidature de l'itinéraire « ODYSSEA MER & TERRE, Itinéraire culturel des cités portuaires, voies maritimes et fluviales historiques en Europe et Méditerranée » à l'obtention du label « Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe » a reçu, après évaluation partagée des experts, un avis favorable.



LES CONTRIBUTIONS

Des institutions, régions, territoires, professionnels engagés contribuent à une vision partagée

CONTRIBUTION ODYSSEA CONSEIL DE L'EUROPE



Gabriella BATTAINI-DRAGONI

Directrice générale de l'Éducation, de la Culture et du Patrimoine, de la Jeunesse et du Sport - Conseil de l'Europe



« Le Livre blanc sur le dialogue interculturel qui a été publié en mai 2008 par le Conseil de l'Europe, souligne parfaitement que le développement des transports et du tourisme a amené de plus en plus de citoyens d'origines sociales et culturelles très différentes à se retrouver dans un contexte de proximité, ou pour mieux dire « face à face », ce qui a bien entendu augmenté les occasions d'un dialogue interculturel plus diversifié que celui qui a lieu dans la vie quotidienne au sein de nos cités. Ce qui signifie que grâce au développement des voyages, le pluralisme, la tolérance et l'ouverture d'esprit sont devenus des valeurs plus importantes encore que par le passé, aussi bien pour le voyageur qui souhaite mieux connaître le pays, les lieux, les patrimoines et les traditions qu'il découvre que pour celui qui le reçoit et éprouve de la fierté à valoriser son identité aux yeux de « l'autre ». Le tourisme participatif – comme on parle de démocratie participative – devrait alors être la règle.

Nous savons bien cependant que le tourisme de masse et de consommation, qui a dominé la planète pendant une quarantaine d'années, est à l'antithèse de ces valeurs. Il crée au contraire une illusion d'exotisme. Il donne à consommer l'image caricaturale d'une culture locale fondée sur la nostalgie et le folklore et met le plus souvent en place des investissements qui n'avantagent pas les entreprises locales. Dans une certaine mesure, ce constat nourrit la remarque de Nathalie Galesne, responsable du site Babelmed : « Formée d'une multitude d'Etats, de langues, de sociétés, de cultures, d'histoires (plus ou moins convergentes) qui pourraient constituer sa richesse, et faire d'elle un grand ensemble homogène dans sa diversité, l'Europe semble au contraire secouée par une profonde crise qui l'empêche de vivre l'altérité et sa relation à l'autre de manière cohérente. » Le programme du Conseil de l'Europe sur « Les villes interculturelles » dont les résultats en termes de dialogue social et culturel constituent les éléments d'un modèle pertinent, adopté aujourd'hui par d'autres continents, répond fort heureusement largement et de manière concrète à l'inquiétude ainsi exprimée.

Le Conseil de l'Europe a envisagé également le tourisme d'une façon plus globale. Un grand travail a porté sur les manières de protéger les territoires des effets néfastes du tourisme de masse, tout particulièrement en ce qui concerne l'environnement et a proposé, dans le cadre du travail du Congrès des Pouvoirs Locaux et Régionaux, une Résolution sur « la promotion du tourisme culturel en tant que facteur de développement des régions ».

Le tourisme culturel, qu'il concerne le patrimoine des centres urbains, le patrimoine paysager de l'espace rural, l'environnement et la biodiversité, les cultures locales et les productions de territoire, a su dans tous les cas rétablir lui aussi une éthique comportementale et un équilibre entre le visiteur et le visité, les mettant de nouveau sur un pied d'égalité et dans une situation de dialogue.

Le tourisme qui promeut les valeurs sociales, d'un côté, a su rencontrer dans de nombreux cas un tourisme éthique qui cherche à valoriser les produits locaux, à encourager l'architecture et l'artisanat traditionnels en permettant la poursuite de métiers qui étaient en voie de disparition. En un mot : en encourageant la durabilité et le respect mutuel. »

Extrait de la préface de Gabriella Battaini-Dragoni à l'ouvrage : « Alla scoperta delle radici europee. I 29 Itinerari del Consiglio d'Europa. »

CONTRIBUTION DE LA DATAR



Service du Premier ministre, la Délégation interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale (DATAR) est dirigée par le préfet Emmanuel Berthier.

Elle est actuellement mise à disposition du ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du territoire, Bruno Le Maire.

Administration de mission à vocation interministérielle, la DATAR prépare, impulse et coordonne les politiques d'aménagement du territoire menées par l'État et accompagne les mutations économiques en privilégiant une approche offensive de la compétitivité.

La DATAR soutient le programme ODYSSEA car il crée une véritable synergie entre le littoral et les territoires intérieurs.

Cette mise en réseau des ports qu'il s'agisse de ports maritimes, fluviaux ou lacustres, en lien avec les arrière-pays, est en effet un levier d'attractivité et de compétitivité économique pour tout un territoire.



CONTRIBUTION ODYSSEA CONSEIL RÉGIONAL LANGUEDOC-ROUSSILLON



Agnès Jullian

Vice-présidente de la Région Languedoc Roussillon,
Présidente déléguée du Comité régional du Tourisme et Vice-présidente de
Sud de France Développement



Sud de France Languedoc-Roussillon, une destination méditerranéenne par excellence

A mi-chemin entre les Baléares et la Corse, Sud de France Languedoc-Roussillon est une destination méditerranéenne par excellence.

La Région Languedoc-Roussillon poursuit une grande ambition pour le tourisme avec une montée en gamme, la diversification de l'offre et l'allongement de la saison touristique, et surtout un changement durable d'image de la destination Sud de France Languedoc-Roussillon.

Avec 66 ports et abris, parsemée d'étangs et de canaux, dotée d'un réseau conséquent de ports de plaisance, la Région a fait de la plaisance maritime et fluviale une priorité de sa nouvelle stratégie touristique.

La Région Languedoc-Roussillon souhaite également positionner Sète comme une nouvelle escale incontournable de croisières en Méditerranée et, en octobre 2011, elle a accueilli dans le port de Sète l'assemblée générale de Med Cruise, association qui regroupe 78 ports de croisière en Méditerranée. Cet ancrage méditerranéen de la destination Sud de France Languedoc-Roussillon est également marqué par l'implication dans l'Eurorégion Pyrénées-Méditerranée avec la Catalogne, les Baléares et Midi-Pyrénées ainsi que par l'ouverture prochaine d'une Maison de la Région à Casablanca.

L'expérimentation ODYSSEA sur la Narbonnaise

La Région accompagne l'expérimentation de la démarche ODYSSEA sur le Grand Narbonne.

Ce projet veut structurer l'offre touristique des dix-huit communes de l'agglomération grâce à un travail de mise en réseau des acteurs, de réalisation de signalétiques et d'audio guides multimédias. Il veut également structurer et promouvoir, à l'échelle européenne, une offre touristique en utilisant les technologies modernes (GPS, smartphones, etc.) destinée initialement aux plaisanciers, mais étendue à toutes les clientèles touristiques.

Ce projet a notamment pour ambition de mettre en réseau les avant-pays et les ports de plaisance du littoral afin de créer des flux de clientèles jusqu'alors cantonnés dans les stations littorales. L'équipement de l'office de tourisme et de la capitainerie de Gruissan, Port ODYSSEA, par des outils numériques et systèmes de géolocalisation performants, facilite ces connexions fortes entre l'offre littorale et les itinéraires culturels et patrimoniaux dans les avant-pays.

Valeur ajoutée sociale et sociétale

En Languedoc-Roussillon, le tourisme génère 60 000 emplois salariés directs (80 000 en haute saison touristique), soit 8% de l'emploi total en région. L'expérimentation sur la Narbonnaise, en conformité avec l'ambition régionale pour le tourisme, doit permettre de qualifier et pérenniser ces emplois autant qu'à encourager leur répartition sur l'ensemble du territoire, comme le fait ODYSSEA.

Valeur ajoutée économie et compétitivité

De façon générale et notamment dans le cadre de cette expérimentation, la Région Languedoc-Roussillon investit massivement pour la montée en gamme de l'offre par la structuration d'investissements touristiques nécessaires et majeurs. Elle travaille résolument pour la mise en réseau des acteurs du tourisme qui inscrivent avec détermination la destination Sud de France Languedoc-Roussillon dans la modernité. Elle contribue à la création de produits touristiques bien positionnés et de qualité, attractifs pour des clientèles de plus en plus exigeantes.

Valeur ajoutée culture et patrimoine

L'expérimentation sur Gruissan concourt à un positionnement renforcé de Sud de France Languedoc-Roussillon en tant que destination patrimoniale majeure par la construction d'une offre de produits touristiques bien positionnés, de qualité, lisibles dans les « escales » identifiées comme majeures dans le territoire régional et correspondant à des filières prioritaires telles que le tourisme de nature, le tourisme culturel et patrimonial, l'art de vivre et la gastronomie.

CONTRIBUTION ODYSSEA CITTÀ DEL VINO

Paolo BENVENUTI

Président de l'Association Internationale ITER VITIS

Directeur général de la Città del Vino



Le concept ODYSSEA est porté en Toscane par l'Association Nationale Città del Vino dans le cadre des programmes de coopération FIM.

L'association Nationale Città del Vino naît à Sienne le 21 mars 1987 par la volonté d'un groupe de trente-neuf maires qui décident de relancer l'image et la qualité du vin italien. L'idée fondatrice est d'organiser un « mouvement » qui puisse soutenir les entreprises vitivinicoles dans la promotion du vin et se positionner en tant que leader dans le développement des zones rurales.

Città del Vino s'est donc naturellement intéressée au projet ODYSSEA dans ce qu'il a de fondateur de l'identité d'un territoire, dans sa volonté d'y inclure la totalité des composantes humaines, sociales, économiques, patrimoniales, culturelles... La notion d'itinéraire culturel à partir des ports de plaisance a trouvé un écho favorable auprès des partenaires de Città del Vino, qu'ils soient issus du monde politique, des institutions locales ou des représentants des instances viticoles à l'échelle des destinations.

Città del Vino a participé à la structuration d'un réseau de villes-ports pilotes dans le modèle ODYSSEA, apportant son soutien logistique et opérationnel et accompagnant la mise en œuvre des actions développées dans plusieurs régions d'Italie : Toscane, Ligurie, Sardaigne, Sicile...

Città del Vino a accompagné chacune des régions participantes et les partenaires opérationnels en territoire pour définir les actions pilotes qu'ils souhaitent mener dans le cadre de la charte de développement durable ODYSSEA. Ainsi de nombreux projets ont pu être menés permettant d'initier la matérialisation d'un réseau de ports et terroirs ODYSSEA sur le territoire d'expérimentation :

- La définition d'une thématique identitaire propre à chaque destination, à l'échelon territorial (région d'investigation) et local (ville-port).
- L'émergence des quatre thématiques d'escales ODYSSEA qui fondent la spécificité du modèle et caractérisent chaque commune pilote ODYSSEA pour rendre chaque escale unique en Méditerranée. La structuration de l'itinéraire Mer & terre de chaque cité pilote en autant d'escales/étapes dans la logique du concept : 1 heure de voiture du port vers l'arrière-pays.
- La matérialisation d'une carte interactive par cité portuaire ODYSSEA.
- La valorisation des patrimoines et paysages culturels via les outils de guidage et d'interprétation et les NTIC tels que définis dans le projet ODYSSEA et la mise en œuvre du concept « Les Paysages qui parlent ».
- La valorisation touristique des musées et écomusées par des visites virtuelles à 360° innovantes.
- L'équipement des offices de tourisme/capitaineries en matériel technologique avancé : écrans tactiles, Ipod... pour faciliter la divulgation des contenus auprès du grand public et susciter l'itinérance du port vers l'arrière-pays.
- Le développement d'actions éco-touristiques dans un souci de préservation environnemental et de protection des espaces sensibles : éco-gare avec mise à disposition de vélos au départ de la cité portuaire, aménagement de pistes cyclables reliant le port au bourg centre, aménagements paysagers...

CONTRIBUTION ODYSSEA PAYS VIGNOLE GAILLACOIS



Le Pays Bastides et Vignoble du Gaillac a développé dans le concept ODYSSEA et dans le cadre des programmes de coopération Leader+ et SUDOE, un projet d'itinérance autour de la thématique des vignobles historiques d'Europe en partenariat avec les territoires de Sicile, de Calabre, de Toscane et la commune de Banyuls-sur-Mer.

Le Pays Bastides et Vignoble du Gaillac a développé dans le concept ODYSSEA et dans le cadre des programmes de coopération Leader+ et SUDOE, un projet d'itinérance autour de la thématique des vignobles historiques d'Europe en partenariat avec les territoires de Sicile, de Calabre, de Toscane et la commune de Banyuls-sur-Mer.

Pourquoi cet investissement ?

Parce qu'ODYSSEA a engagé une démarche qui s'appuie sur le rôle historique fondamental des ports et que ce sont eux qui sont à la genèse des échanges commerciaux et du développement économique des territoires et qui, au début de notre ère, ont permis au vignoble de s'étendre sur tout le territoire français. Ce programme du Vignoble Gaillacois, tout comme le projet ODYSSEA, associe, à l'échelle d'un territoire culturel de projet, les acteurs locaux du tourisme, de l'agriculture, de la viticulture, de la culture, de l'artisanat, de l'environnement et le secteur économique. . . dans le cadre d'une stratégie touristique durable et coordonnée.

Après avoir réalisé un inventaire du Pays en visitant les lieux culturels et patrimoniaux, avoir rencontré les référents locaux, des associations locales, organisé plusieurs réunions avec le Pays, le Comité Départemental du Tourisme, le Syndicat des Vins de Gaillac. . . , récolté une grande quantité de photos ou de cartes postales anciennes, des films déjà réalisés, passé des journées en bibliothèque et aux archives départementales, numérisé ces informations historiques et patrimoniales, les membres de la mission de mise en œuvre de ce projet ont proposé au Pays Bastides et Vignoble du Gaillac de soumettre l'itinéraire culturel : De Bastides en Vignoble, l'Odyssée des Vins de Gaillac, à la labellisation par l'Institut Européen des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe. Le premier grand challenge est réussi puisqu'il nous permet d'être reconnus au même titre que les grands Itinéraires européens, les Chemins de St Jacques de Compostelle, la Route de la soie. . .

En parcourant le premier itinéraire de ce vignoble historique, le vacancier peut désormais découvrir par les nouvelles technologies de l'information et de la communication et les supports innovants, comme le téléphone portable, le lecteur multimédia ou le GPS, plusieurs sites de lectures paysagères du Vignoble de Gaillac. Dans sa totalité, l'itinéraire offre, outre les sites de lecture et d'interprétation des paysages emblématiques, des lieux de dégustation, des étapes oenotouristiques, des sentiers de découverte des vignobles. . . ainsi que des adresses recommandées s'appuyant sur le réseau qualifié Tourisme de Terroir et le label Destination Vignobles.

Les clientèles touristiques peuvent s'immerger, toujours grâce aux NTIC et cela par des photos, des dessins ou des vidéos, en son et en images et dans plusieurs langues, dans l'histoire des bastides, des pigeonniers dans le vignoble, du transport du vin en gabarre sur le Tarn, du travail des tonneliers. . .

Cet itinéraire de Toulouse à Albi par le Vignoble Gaillacois, dévoile une trentaine d'escales culture, patrimoine et paysages, nature. . . dont une lecture paysagère complète à 360° inédite et des lectures paysagères thématiques riches d'enseignements : les vendanges au siècle dernier, l'histoire des verriers de la forêt de Grésigne, les vigneron de Graulhet autrefois. . . Ces étapes permettent à tous de découvrir les hauts lieux du vignoble de Gaillac, son patrimoine exceptionnel et par-delà, l'histoire de la vigne et de ses vigneron, l'histoire des gaulois et des romains amoureux des vins de Gaillac, l'histoire des Comtes de Toulouse qui ont investi ce territoire et façonné les patrimoines et les paysages, mais aussi des contes, des légendes. . . La phase d'expérimentation sur le Pays Vignoble Gaillacois est désormais terminée. Dès à présent, cet Itinéraire culturel plonge les gens au cœur de l'identité économique, sociale et environnementale du Vignoble, par des moyens technologiques innovants et une itinérance dans le temps et dans l'espace. Il reste encore du chemin à parcourir pour mieux valoriser notre territoire au sein du réseau européen ODYSSEA. Au plan local nous engageons des démarches de rapprochement avec la Cité épiscopale d'Albi inscrite depuis peu au Patrimoine Mondial de l'UNESCO et la Ville de Toulouse afin de matérialiser cet espace historique commun qui s'est construit sur le fil conducteur de nos voies navigables. Et nous avons l'ambition de poursuivre ce partenariat sur des valeurs identitaires, culturelles et environnementales communes et partagées

CONTRIBUTION – AGDE ET AGGLOMÉRATION HÉRAULT-MÉDITERRANÉE



Gilles D'ETTORE

Député Maire d'Agde

Président de la Communauté d'Agglomération Hérault-Méditerranée



Agde, ville grecque, Perle Noire de la Méditerranée, est une cité portuaire dont les origines remontent à l'antiquité. La vie maritime a profondément marqué l'économie, la culture et le patrimoine de ce territoire, et laissé de nombreuses empreintes.

Les ports, autrefois ports d'attache des voyageurs au long cours, ont souvent été à l'origine de foyers de peuplement puis d'organisation de grands courants commerciaux permettant l'essor de cités maritimes sur le pourtour du bassin méditerranéen. Fernand Braudel, illustre historien, parlait d'ailleurs de la Méditerranée comme « d'une mer de civilisation ».

L'histoire d'Agde s'est construite en relation étroite avec la mer, les voies navigables, les espaces lagunaires, le fleuve Hérault puis plus tard, le Canal du Midi classé au patrimoine mondial de l'humanité.

Les Agathois et les habitants de la Communauté d'Agglomération sont attachés à la mer qui a toujours fait l'objet de nombreuses pratiques : pêche, ostréiculture, tourisme littoral, villégiature, plaisance, gastronomie de la mer. Agde, ville grecque, ville antique, présente quelques beaux témoignages des richesses de son passé au musée de l'Ephèbe, unique musée de France dont les collections sont exclusivement issues de l'archéologie sous-marine avec notamment la statue de l'Ephèbe, représentation d'Alexandre le Grand.

Nous étudions actuellement, avec la Région Languedoc-Roussillon, la réalisation d'un projet de mise en valeur des collections accueillies à Agde qui, après le Musée de Narbonne articulé autour de la « Romanité », traiterait de l'hellénisme ou de la « grécité ». La création d'un musée moderne d'archéologie sous-marine permettrait en effet d'offrir une nouvelle alternative culturelle aux 250 000 touristes présents quotidiennement durant la saison estivale et donnerait un rayonnement sans précédent à la ville d'Agde, qui comme Marseille, est fière de ses plus de 2600 ans d'histoire. Agde a toujours été un modèle avant-gardiste en terme d'urbanisme : ville ancrée sur son passé, elle a su se tourner résolument vers l'avenir en réalisant la station nouvelle du Cap d'Agde, caractérisée notamment par ses 175 000 lits touristiques et son port de 4200 anneaux, dans le cadre de l'aménagement des stations balnéaires du littoral languedocien par la mission Racine, fruit de la volonté de l'Etat et plus précisément du général de Gaulle.

Quarante ans après, la station nécessite pour conserver son attractivité d'être modernisée et développée en fonction des nouvelles attentes des clientèles. C'est le sens de notre action depuis 2001 avec une politique touristique ambitieuse affichant le Cap d'Agde comme « station capitale » d'une destination élargie à l'ensemble de l'Agglomération, voire au-delà, et des réalisations innovantes et respectueuses de l'environnement telles que le Centre Aquatique de l'Archipel et l'aménagement des quais du Centre Port, vitrine de notre offre touristique. Le programme ODYSSEA, pour lequel la cité d'Agde est une escale pilote, s'inscrit dans cette dynamique en redonnant aux ports de la Méditerranée leur rôle initial et légitime qui est celui de porte d'entrée d'un territoire, d'une destination, dont les limites vont bien au-delà des seules stations touristiques.

Le port dans le modèle ODYSSEA est également un outil de développement au service de son arrière-pays en favorisant un tourisme patrimonial, culturel historique et environnemental. Afin de passer de la station à la destination, l'offre touristique balnéaire doit s'enrichir des circuits patrimoniaux et culturels, des nombreux domaines viticoles et des paysages et espaces naturels d'exception qui caractérisent le territoire de l'Agglomération. Le port du Cap d'Agde doit être une porte d'entrée vers le centre historique de Pézenas, cité de Molière et vers les cœurs de villes et villages de l'agglomération dont les richesses attirent déjà chaque année des milliers de visiteurs.

Avec le projet ODYSSEA, Agde, première station balnéaire du Languedoc-Roussillon, s'engage dans une démarche volontariste pour mettre en réseau l'ensemble des acteurs des filières nautiques, touristiques, culturelles, agricoles autour d'un projet transversal, fédérateur et durable. En misant sur une relation plus forte entre la mer et la terre, en faisant de ses ports, des portes d'entrée facilitant le lien touristique avec l'ensemble de son agglomération, Agde s'engage vers le tourisme de demain en s'inscrivant comme une escale incontournable de l'arc méditerranéen.

Gilles D'ETTORE

CONTRIBUTION DE SAINT-CYPRIEN AU LIVRE BLANC ODYSSEA



Thierry DEL POSO

Maire de Saint-Cyprien

Président de la Communauté de Communes Sud-Roussillon



Saint-Cyprien escale unique en Méditerranée s'ouvre sur la « Catalanité »

« Du littoral, à nos terroirs, pour un territoire au cœur de l'excellence et des valeurs méditerranéennes »

La commune de Saint-Cyprien et plus largement notre département des Pyrénées Orientales et la région Languedoc-Roussillon, constituent un espace touristique privilégié. Nos paysages remarquables, la richesse de notre patrimoine et le climat de notre département font de nous une des destinations touristiques préférées des Français et des Européens.

Saint-Cyprien s'engage tous les jours pour son développement touristique et nous devons à ce titre avoir une véritable vision de notre avenir. Une vision d'excellence tournée aussi vers notre arrière-pays et ses nombreuses richesses. Nous avons besoin d'une synergie commune et nous devons la construire ensemble.

L'arrière-pays catalan porte jusqu'à la mer ses richesses architecturales (l'art roman notamment), ses richesses agricoles, son vignoble, ses vergers, son élevage mais aussi sa richesse humaine avec son savoir faire et enfin sa culture avec ses fêtes et traditions catalanes.

Avec son port, 2ème port de plaisance français et 3ème port européen, Saint-Cyprien a fait le vœu et le choix en 2010 de s'inscrire au projet ODYSSEA au cœur de l'Union Pour la Méditerranée. Il s'agit pour nous de voir plus loin, de repenser Saint-Cyprien et son port avec la Méditerranée, dans un projet ambitieux en partenariat avec nos villages ruraux.

Aujourd'hui, ODYSSEA est un projet de concours touristique européen, c'est un outil formidable pour implanter et développer des structures économiques et culturelles. C'est un outil stratégique pour favoriser notre artisanat, valoriser notre patrimoine, promouvoir la formation et l'insertion de nos jeunes. C'est enfin, et en résumé, un projet qui a pour ambition de faire de notre port et de notre ville une véritable porte ouverte sur nos terroirs, nos richesses et notre magnifique département. Une véritable porte de la « catalanité » pour La vision d'excellence dont nous avons besoin :

« Du littoral, à nos terroirs, pour un territoire au cœur de l'excellence et des valeurs méditerranéennes et catalanes », voilà la politique touristique de Saint-Cyprien et du Roussillon.

Thierry DEL POSO

CONTRIBUTION DE SANARY



Dr Ferdinand BERNHARD

Maire de Sanary-sur-Mer

Conseiller général du Var



Sanary dessine les contours de la Cité Historique et Mondiale de la Plongée Sous-Marine Une escale ODYSSEA « Patrimoine phare de la Méditerranée »

Sanary, ville pilote ODYSSEA du programme de coopération européenne « RESAPORTS » pour l'Union des Ports de PACA, est entrée de plain-pied dans la mise en œuvre de son projet de développement ODYSSEA, avec l'appui opérationnel du Groupement Européen de Coopération ODYSSEA. En tant que « Cité historique et mondiale de la plongée sous-marine », nous avons fait le choix de mettre à l'honneur l'héritage du Commandant Cousteau et de ses compagnons, « Les Mousquemers » : Frédéric Dumas et Philippe Taillez. Forts d'un musée sur les premiers matériels inventés par les pionniers de la plongée autonome, nous souhaitons aujourd'hui aller au-delà et promouvoir la pratique de ce sport ainsi que la protection de la Méditerranée.

Dans notre programme ODYSSEA, la valorisation de la culture maritime passera aussi par la mise en valeur des bateaux patrimoniaux, par la création d'un véritable comptoir culturel sur le port avec la capitainerie réhabilitée, enfin par un office de tourisme high tech et marqué par une identité culturelle. Autant d'équipements qui feront parler le monde du silence de la Méditerranée !

Côté Terroir, Sanary amènera le visiteur à redécouvrir des savoir-faire agricoles ancestraux. Le site du « Jardin des Oliviers » avec ses restanques, ses 400 oliviers de différentes variétés méditerranéennes, ses ruches, sa noria, son four à chaux et à cade, est un lieu magique en constante évolution, qui s'insère pleinement dans le volet patrimonial, pédagogique et environnemental de la charte ODYSSEA.

Enfin ODYSSEA s'inscrit dans la continuité de notre programme d'Education à l'Environnement et au Développement Durable, mis en œuvre auprès des écoles. Ce programme propose notamment deux volets, l'Ecole de la Mer et l'Ecole de la Forêt, pour lesquels des sites dédiés seront créés, dans le cadre de notre projet ODYSSEA, afin d'accueillir les publics scolaires. Une initiative qui bénéficie, entre autres, du soutien de Jean-Michel Cousteau, fils du célèbre Commandant. Une coopération territoriale avec les villes ports et les terroirs s'ouvre. Des échanges, des bonnes pratiques concrétisent la dimension euro-méditerranéenne et interculturelle que notre ville revendique. A l'image de Michel Pacha, maire de Sanary et capitaine au long cours qui a installé sous l'empire Ottoman des centaines de phares et balises comme autant de repères et de symboles de notre attachement à une Méditerranée fraternelle.

Dr Ferdinand BERNHARD

CONTRIBUTION DE MENTON AU LIVRE BLANC ODYSSEA



Jean-Claude GUIBAL
Maire de Menton



Cité pilote, dans le département des Alpes-Maritimes, pour porter le projet ODYSSEA qui pose un nouveau regard sur le voyage en mer revisité en cabotage de plaisance culturelle, Menton cultive ainsi un paradoxe et affirme sa « méditerranéité ».

Dotée d'un port digne de ce nom depuis la fin du XIX^{ème} siècle seulement, en remplacement d'une simple aire de halage calée entre les maisons de la vieille ville aux murs saturés d'écume et de sel, Menton se voit hissée au rang de cité portuaire remarquable, alors qu'elle n'en avait pas, à ses origines, la vocation.

De la mer, elle usait pour expédier à travers le monde jusqu'à 40 millions de citrons les bonnes années et faire vivre quelques familles de pêcheurs. De la mer, elle se protégeait en lui tournant le dos et en fermant de lourdes portes, quand celle-ci l'exposait aux navires ennemis. Mais à la mer elle s'ouvrait quand la Méditerranée poussait vers un littoral béni, voyageurs et visiteurs, sous le charme immédiatement, au point, bien souvent, de s'y installer.

Du coup, Menton se préserva de l'exubérance chaotique, excessive, propre aux villes de port et se transforma au fil de l'évolution du tourisme – des hivernants de l'Europe du nord d'hier aux estivants de toute la planète d'aujourd'hui – en élégante bourgade balnéaire de la Riviera.

De cette belle époque, elle est la seule, sur la Côte d'Azur, à conserver intactes la structure architecturale, les couleurs des façades et les frises peintes, la totalité des jardins botaniques, une ambiance apaisée et active, mélange de flegme anglo-saxon et d'agitation bon enfant méditerranéenne.

Le plaisancier sentira à Menton la caresse de l'opposition éternelle entre l'air marin et le souffle sec dévalant la montagne proche, de la chaude lumière de la mer s'écrasant sur la falaise, avant de s'imprégner de la douceur des lieux et de découvrir des bijoux.

De toutes les merveilles qui lui ont permis avant les autres villes du département de décrocher le label « Ville d'Art et d'Histoire », le Musée Cocteau-Collection Wunderman est la plus étonnante. Audacieux dans sa conception contemporaine, de vitres et de béton blanc lissé, il est un trait d'union entre l'âme et les couleurs de la vieille ville et la lumière ondulante de la Méditerranée, à quelques pas des quais.

Pour les plaisanciers, Menton ne doit pas être seulement un port mais un lieu de passage et d'échanges entre la terre et la mer, l'une se nourrissant de l'autre pour se magnifier toutes les deux. Exactement, comme l'ont voulu les initiateurs d'ODYSSEA.

Jean-Claude GUIBAL

CONTRIBUTION ODYSSEA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMERATION DU PAYS AJACCIEU



La Commission Européenne a initié un programme dénommé « ODYSSEA » dont l'objectif est de mener des actions de modernisation et de valorisation des potentialités économiques et touristiques des ports de la Méditerranée.

Dans cette perspective, l'éligibilité des Régions Ligurie, Toscane, Sardaigne et Corse à ce programme constitue un vecteur indéniable de développement territorial durable au travers des coopérations promises.

En effet, comme aimait à le démontrer Fernand Braudel « la Méditerranée et l'union de ses habitants se sont réalisées par la Mer ».

Ainsi, « l'Union pour la Méditerranée », projet cher aux 43 chefs d'Etat qui l'ont fondée, pourra s'appuyer sur ses « solidarités de fait » et ce creuset commun à l'ensemble des peuples du pourtour méditerranéen.

La Communauté d'Agglomération du Pays Ajaccien compte 10 communes et 80 000 habitants.

Elle rayonne sur un bassin de vie de 100.000 habitants soit le tiers de la population insulaire.

Ce territoire entre mer et montagne recèle une culture et une histoire particulièrement riches. Sa capitale régionale reste une ville à forte identité, et bénéficie d'un dynamisme nouveau attesté par son essor démographique.

La Communauté d'Agglomération du Pays Ajaccien a souhaité avec sa capitale régionale Ajaccio, inscrire sa participation au programme de coopération européenne « ODYSSEA » avec l'appui opérationnel de la capitainerie d'Ajaccio.

Des plages de rêves offrent aux adeptes de la mer la possibilité d'alterner détente et sports nautiques notamment aux portes d'Ajaccio, sur la route des Sanguinaires mais aussi dans le Golfe de Lava, site Natura 2000 d'exception.

Le Pays Ajaccien mène une politique de préservation et de valorisation des sites naturels afin d'inscrire le territoire dans l'excellence environnementale.

La richesse de la Communauté d'Agglomération du Pays Ajaccien passe aussi par un patrimoine culturel tant urbain que rural, reflet de l'histoire de cette région. Celui-ci est aujourd'hui valorisé au travers d'une base de données créée dans le cadre du programme ODYSSEA.

Le projet ODYSSEA riche de promesses et de perspectives aura été une formidable opportunité de valoriser cette Méditerranée qui est chère à toutes les communes qui ont pris part à cette aventure.

CONTRIBUTION DE CALVI



Ange Santini
Maire de Calvi



Le programme Odyssea s'inscrit dans une dynamique redonnant aux ports de la Méditerranée leur rôle initial et légitime, celui de porte d'entrée d'un territoire, d'une destination, dont les limites vont bien au-delà des seules stations touristiques. Le port dans le modèle Odyssea est également un outil de développement au service de son arrière-pays en favorisant un tourisme patrimonial, culturel, historique et environnemental. Ce projet stratégique confiera dès lors une réelle visibilité internationale à toute l'économie locale et régionale et valorisera les circuits et itinéraires culturels thématiques.

Avec le projet Odyssea, l'on s'engage en effet dans une démarche volontariste et qualitative pour mettre en réseau l'ensemble des acteurs des filières nautiques, touristiques, culturelles, autour d'un projet transversal, fédérateur et durable. A travers ce programme, c'est donc une nouvelle structuration touristique qui voit le jour par la création d'un itinéraire culturel « Mer et Terre » des plus belles escales de Corse.

En septembre 2010 déjà, à Bastia, donc au coeur de la Méditerranée, nous avons eu l'occasion, lors des Journées Nationales d'Etudes, de souligner, en présence du ministre Hervé Novelli, combien cette démarche semblait prometteuse d'échanges.

L'implication active de tous les protagonistes est en effet la condition *sine qua non* de la réussite du dispositif, qu'il s'agisse des principales régions et pays de la Méditerranée, ou bien des acteurs du tourisme et de la culture. C'est cet engagement qui préfigurerait une étape décisive dans la construction du réseau exemplaire des ports et territoires dans le modèle Odyssea et la promotion des routes historiques maritimes.

En s'engageant au nom du nautisme insulaire, l'Union des Ports de Plaisance de Corse n'a de cesse de donner l'impulsion aux cités portuaires de l'île. Offrir au nautisme corse une place de choix sur la scène européenne et méditerranéenne, telle est l'ambition qu'elle nourrit et dont le programme Odyssea constitue l'atout majeur. L'UPPC, la Collectivité Territoriale de Corse et ses agences, travaillent ensemble à structurer, promouvoir, un Itinéraire Culturel Européen des escales « Mer et Terre » dans le label du Conseil de l'Europe qui va, de port en port, de terroir en terroir, « mettre en scène » la Corse de façon innovante et dans le respect de sa culture et de son environnement. C'est en vue d'accompagner et favoriser cette dynamique à forte valeur ajoutée économique que des programmes de coopération transfrontaliers avec la Sardaigne, la Toscane et la Ligurie ont été engagés.

Je suis heureux que la Ville de Calvi ait manifesté un intérêt certain pour le projet Odyssea que nous soutenons depuis le début de la réflexion, et qui conduit aujourd'hui à la publication d'un Livre Blanc, désormais ouvrage de référence, dont l'objectif est de définir un cadre d'actions capables de mettre en réseau de façon exemplaire et innovante les 1 500 villes-ports et les 7 millions de plaisanciers qui naviguent en Méditerranée, en vue de fédérer ainsi l'ensemble des communes-ports euro-méditerranéens à l'horizon 2013.

Ange SANTINI,

Maire de la Ville de Calvi,

Conseiller à l'Assemblée de Corse,

Membre du Conseil Economique et Social.

CONTRIBUTION DE PORTO-VECCHIO



Georges MELA
Maire de Porto-Vecchio



Une destination touristique attractive

Troisième ville de Corse au vaste territoire (17 000ha) présentant des paysages riches et variés, Porto-Vecchio, dont l'économie reposait autrefois sur l'exploitation du sel, du liège, et du bois, est aujourd'hui une destination touristique très séduisante. Elle dispose de nombreux atouts : un magnifique littoral (40km) ; un terroir authentique d'agriculture et d'élevage, le superbe massif montagneux de l'Ospedale (qui culmine à 1 314m), des hébergements touristiques pour toutes les clientèles. Elle ouvre la porte de l'Alta-Rocca, majestueuse montagne du Sud-Corse. Porte de l'Alta Rocca, Porto-Vecchio présente un territoire diversifié riche en possibilités de découvertes nautique, naturelle, culturelle, d'art de vivre.

Une destination nautique d'excellence

« La Corse est une montagne dans la mer... » Cette représentation qui décrit le territoire d'abord par la montagne marque l'imaginaire collectif. Pourtant, la mer s'impose aux Corses, elle est aujourd'hui comme hier, au cœur des questions économiques, sociales et culturelles de l'île

Si dès le XVI^e siècle, la Corse, qualifiée par Catherine de Médicis de « merveilleux cavalier qui chevauche la méditerranée », devient un enjeu majeur en Méditerranée occidentale, elle s'ouvre aujourd'hui de part sa position centrale à toutes les routes maritimes de la mare nostrum et la mer est devenue un espace de liberté, de voyage et d'exploration qui séduit l'homme moderne. Porto-Vecchio, dotée depuis la fin des années 1960 d'infrastructures portuaires qui ont largement contribué à sa reconversion et à son développement économique s'est ainsi engagée dans un projet d'extension et de modernisation de son port de plaisance, baptisé « Porto Néo ». Ce projet a bien entendu pour ambition de passer d'une capacité d'accueil de 380 à 854 places et d'une surface de mouillage de 15 000 à 63 000 m². Mais il s'agit surtout d'anticiper les exigences d'un nautisme renouvelé, accueillant pour toutes les catégories de plaisanciers (touristes comme résidents), satisfaisant aux enjeux de performance et de durabilité environnementales indispensables à la préservation du patrimoine naturel, sans oublier de répondre aux besoins des professionnels du nautisme, des pêcheurs et des acteurs économiques de la filière, en prenant soin d'apporter tous les services à tous les usagers.

Partant du rôle fondamentalement historique des ports, à l'origine du développement économique des territoires, mieux inséré dans son environnement marin mais aussi urbain, « Porto néo » se veut un véritable lien entre la mer, la ville et l'arrière-pays. Au cœur du projet, la recherche d'une intégration paysagère et urbanistique réussie qui vise non seulement à favoriser l'appropriation des lieux par les Porto-Vecchiais, mais aussi à inciter les plaisanciers à partir à la découverte de l'arrière-pays.

Des ambitions porteuses d'avenir

Porto-Vecchio a pour volonté de favoriser l'économie, l'emploi et la compétitivité des filières nautiques, littorales et rurales, en s'inscrivant dans les axes suivants :

- amélioration de l'accueil et de la mise en valeur du patrimoine naturel, historique et culturel du territoire,
- meilleure répartition dans le temps et dans l'espace de la fréquentation touristique,
- développement d'un tourisme plus créateur de valeur pour les acteurs économiques locaux, d'une offre innovante, diversifiée, profitant également à la population résidente, favorable aux solidarités entre territoire et population,
- intégration des dimensions environnementale, culturelle, européenne et internationale par la mise en réseau des 1 500 cités portuaires et des territoires ouverts aux 7 millions de plaisanciers qui parcourent chaque année la Méditerranée,
- développement de partenariats autour de valeurs identitaires, culturelles et environnementales communes et partagées dans le respect des spécificités locales.

ODYSSEA : une très forte attente...

Au travers de l'Union des Ports de Plaisance de Corse, Porto-Vecchio s'est engagée, dans le cadre d'un projet de coopération européenne transfrontalière (Tourisme Ports Environnement), dans la stratégie ODYSSEA.

ODYSSEA associe, par la mise en réseau des offres et des services, les acteurs du tourisme, les économies du tourisme culturel, de la plaisance et des loisirs aux activités et ressources de l'ensemble du territoire pour développer une forme de voyage responsable et contribuer à la protection des ressources naturelles ainsi qu'au bien-être des populations locales.

- Mise en valeur d'itinéraires culturels maritimes qui renouent avec l'histoire des ports et des peuples méditerranéens,
- Structuration de la découverte des paysages et des patrimoines dans le respect des traditions, des identités et des cultures locales,
- Découverte par les technologies modernes de l'information et de la communication (GPS, téléphone portable, lecteur multimédia, etc.) dont peuvent disposer non seulement les plaisanciers mais aussi toutes les clientèles touristiques, tous les usagers,
- Outils numériques et systèmes de géo localisation performants, facilitant des connexions fortes entre l'offre littorale et les itinéraires culturels et patrimoniaux dans les arrière-pays, sont autant de points forts qui ont séduit Porto-Vecchio. Elle est impatiente et en attend beaucoup !

Georges MELA



CONTRIBUTION DE BONIFACIO



Jean-Charles ORSUCCI
 Maire de Bonifacio
 Vice-président de l'Assemblée de Corse



L'épopée ODYSSEA entame sa cinquième année d'existence. Bonifacio continue d'y participer en sa qualité de cité pilote sur la Corse. Ce vaste programme, porté par l'Union des Ports de Plaisance de Corse, soutenu par la Collectivité Territoriale de Corse et les instances nationales et européennes, se présente comme un modèle de développement territorial innovant et durable pour notre région.

Après s'être dénommée au titre de destination « Sentinelle de l'extrême » et avoir constitué sa base de données multimédia, Bonifacio s'est engagée dans la poursuite du programme. La prochaine étape s'intègre à une politique de labellisation auprès du Conseil de l'Europe dans le cadre du projet de création d'un premier itinéraire culturel Mer/Terre. Bonifacio, à son échelle, participe à cette réflexion.

La présentation du Livre blanc ODYSSEA en décembre dernier, durant le salon nautique international de Paris, encourage également la création de routes maritimes. Son objectif est de définir un cadre d'actions capables de mettre en réseau les 1500 villes-ports et les 7 millions de plaisanciers qui naviguent en Méditerranée et en Europe, avec au cœur du projet l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Les plaisanciers deviendront ainsi de véritables explorateurs cabotant de port en port sur les traces d'Ulysse ou de Saint Paul...

Ce label nous permettra surtout de proposer un produit d'une qualité exceptionnelle allant de pair avec la revalorisation de notre port engagé dans le vaste chantier de réaménagement actuel.

ODYSSEA porte un nouveau regard sur le voyage. Notre port dynamisé pendant des siècles par sa pêche locale et ses échanges commerciaux s'est ouvert naturellement à la plaisance depuis l'avènement de notre société de loisirs. Il est le poumon économique de notre cité.

A ce titre, s'intégrer dans le référentiel « Qualité tourisme des ports et destination ODYSSEA » est un atout de plus pour valoriser notre patrimoine vivant, historique, et culturel.

Cette mise en réseau s'ouvre naturellement à la coopération territoriale. Mon regard se tourne vers nos amis sardes avec lesquels j'espère voir un jour s'établir un rapprochement entre nos deux îles.

Jean-Charles ORSUCCI

CONTRIBUTION DE ROGLIANO-PORT DE MACINAGGIO



Patrice QUILICI

Maire de Rogliano



Macinaggio, port de plaisance du Cap Corse, est, du fait de sa situation géographique « au bout de ce doigt tourné vers la mer », la première escale de la Corse, face à l'Archipel toscan dont les plus proches voisins sont l'Île de Capraia et l'Île d'Elbe.

Une île se découvre par son littoral, au gré d'escales qui invitent à varier les plaisirs tant de détente, de découverte que de loisirs. Ici, lorsque la Méditerranée devient mer Ligure puis Tyrrhénienne, que l'on passe le Canal de Corse, on aborde les côtes de la Corse par le Nord pour découvrir le Cap Corse et son port de plaisance, Macinaggio qui déploient leurs intimes richesses.

Terre des marins, le Cap Corse est un pays à lui tout seul. Il recèle de dizaines d'univers. Chaque escale est un nouveau voyage, une nouvelle découverte. Sauvage et préservé, il a un goût d'authenticité unique. Déjà connue des Grecs, des Romains, des Sarazins et des Génois, la baie de Macinaggio, abri naturel, était naturellement destinée à être un port. De commerce, de pêche et militaire, son activité a évolué au rythme des époques, jusqu'à franchir le cap de la modernité et saisir l'opportunité du développement de la plaisance.

Macinaggio est la façade maritime de la commune de Rogliano. Ce village accroché à flanc de montagne, enraciné dans les terres, affiche encore son faste de capitale historique du Cap Corse et résume, au gré de ses hameaux riches en patrimoine, l'histoire si caractéristique de ce territoire, cette terre ouverte sur la mer. Son église paroissiale est la seule en Corse à posséder une chapelle entièrement dédiée aux marins, qui regorge d'ex-voto. Napoléon Bonaparte, Pascal Paoli et l'Impératrice Eugénie comptent parmi ses hôtes illustres.

La proximité des côtes françaises et italiennes a favorisé les échanges et modelé des hommes et des femmes d'une ouverture d'esprit, d'une simplicité et d'un sens de l'hospitalité propres aux cap-corsins.

Ce pays de marins, fiers de leur identité, de leur culture, de la beauté de leur territoire, attachés à leur village de montagne, offre un itinéraire exceptionnel entre Mer et Terre. Tout, ici, retient le regard et invite à la découverte. Aussi faut-il prendre le temps pour épouser ce site magnifique, et ne pas picorer un des joyaux de l'Île de Beauté.

La commune de Rogliano, en développant son port de plaisance, a marqué l'économie, l'histoire, la culture et le patrimoine du Cap Corse. Escale méditerranéenne d'excellence, Macinaggio a su réunir toutes les conditions pour la rendre incontournable et inoubliable. Alors, comme Hervé Bazin, l'on dira, de port en port, de quai en quai : « si jamais vous allez en Corse, si vous projetez d'y passer une saison, retenez le nom de Rogliano » et son Port : Macinaggio.

La mer s'est toujours imposée de fait à notre région et elle est, aujourd'hui comme hier, au cœur des questions économiques, sociales et culturelles.

Aujourd'hui, cité pilote du projet ODYSSEA-CORSICA, « Escale phare de la Méditerranée », Macinaggio perpétue la tradition maritime ancestrale propre au Cap Corse. La municipalité s'est engagée dans la démarche du projet ODYSSEA, aux côtés de l'UPPC et de l'ATC, poursuivant et légitimant ainsi son rôle initial, sa vocation de porte d'entrée d'un territoire, d'une destination aux atouts et richesses incontestables. Nous nous devons de saisir l'opportunité de dynamiser notre territoire, de rendre attractive notre destination, de renforcer notre compétitivité et donner un rayonnement sans précédent à notre commune, notre microrégion.

Ce projet de coopération a été rassembleur au sein des cités. Je remercie les synergies qui se sont activées, mobilisées et ont contribué à sa concrétisation. Et je me réjouis qu'il ait été générateur d'idées et projets nouveaux. Aussi, mes collaborateurs et moi-même sommes fiers de la future création d'un Musée de la mer, un lieu de mémoires de nos liens si étroits avec cette mer, toujours, nourricière. Toutes ces perspectives d'avenir et d'enjeux dynamiques, valorisants, se doivent d'être respectueux des éléments fondamentaux du développement durable comme d'une gestion environnementale optimale. Aussi l'élaboration d'un document de référence, tel que le Livre blanc ODYSSEA est indispensable.

Patrice QUILICI

CONTRIBUTION DE L'UNION DES PORTS DE PLAISANCE DE CORSE



Jean TOMA
Président UPPC



Pour que la Corse devienne une destination nautique Mer et Montagne, compétitive et de premier rang en Méditerranée.

Le nautisme constitue une activité essentielle pour l'économie de la Corse avec une demande de plus en plus forte tant en places dans les ports, qu'en escales naturelles. Avec 1 000 kilomètres de côtes, la Corse est un lieu privilégié pour la plaisance.

La Corse souhaite s'imposer aujourd'hui comme une destination nautique méditerranéenne d'excellence et de premier rang en prenant en compte les liens mer – port – territoire rural et les contraintes environnementales liées au secteur, tel que le préconise le modèle qualité ODYSSEA.

Pour accompagner et favoriser cette dynamique à forte valeur ajoutée économique, la Collectivité Territoriale de Corse a élaboré et mis en œuvre un Plan nautique, une Action Collective avec l'Union des Ports de Plaisance de Corse et engagé des programmes de coopération transfrontaliers avec la Sardaigne, la Toscane et la Ligurie.

L'Union des Ports de Plaisance de Corse qui regroupe les 20 communes portuaires de l'île, travaille en partenariat avec les services de la Collectivité Territoriale de Corse (Agence du Tourisme de la Corse, Agence de Développement Economique de la Corse, Office de l'Environnement de la Corse, et le Service du Développement Technologique), afin de développer une gestion raisonnée de la plaisance et une valorisation des territoires ruraux de l'île.

Revendiquant la position maritime de la Corse au cœur du bassin méditerranéen, le partenariat Union des Ports de Plaisance de Corse et Collectivité Territoriale de Corse tend à rassembler toutes les forces vives du territoire insulaire, afin d'engager un programme stratégique visant un développement social, économique et culturel.

Jean Toma, Président de l'Union des Ports de Plaisance de Corse, considère que : « La position stratégique de la Corse au cœur du bassin méditerranéen lui permet d'envisager de devenir une destination méditerranéenne d'excellence. Le programme ODYSSEA CORSICA qui mettra en lien tous les acteurs économiques de l'île pourra avoir un rôle majeur dans cette action. »

Valorisation du patrimoine maritime de la Corse.

La commune de SARI-SOLENZARA a initié une action de valorisation du patrimoine maritime en réhabilitant un bateau patrimonial. L'Union des Ports de Plaisance de Corse voudrait généraliser cette action à tous les ports pilotes avec pour objectif de valoriser la culture maritime de la commune portuaire labélisée ODYSSEA. « Le bateau patrimonial rayonnera comme le symbole culturel mis en avant par chacune des communes portuaires, montrant ainsi son attachement à son histoire maritime » confie Jean Toma.

La Corse crée son Itinéraire culturel Mer & Montagne.

L'Union des Ports de Plaisance de Corse et la Collectivité Territoriale de Corse travaillent ensemble sur la structuration et la promotion d'un Itinéraire Culturel Européen des Escales Mer & Terre dans le label du Conseil de l'Europe.

Le Président,

Jean TOMA.

CONTRIBUTION DE L'UPACA AU LIVRE BLANC ODYSSEA

René GAUDINO
Président de l'UPACA



L'Union des Ports de Plaisance Provence Alpes Côte d'Azur, UPACA, s'est positionnée depuis 2006 sur le projet ODYSSEA.

Cet engouement précoce résulte des qualités du concept et du projet ODYSSEA : redonner au port sa fonction d'échange sur le territoire, issue de l'antiquité - tout arrive et tout repart par le port - notion d'échange appliquée à la culture, avec le port « comptoir culturel » d'un territoire.

ODYSSEA est « le » projet d'intérêt général qui fédère les acteurs économiques et culturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Nous avons décidé de développer des synergies entre la mer, la plaisance, la culture, le tourisme, la viticulture, le terroir, etc.

Les nouvelles tendances des habitants et des visiteurs de notre région en termes de découverte et de tourisme s'orientent vers des activités culturelles, patrimoniales, gustatives, et le tout dans le respect de l'authenticité. Pour répondre à ces attentes, nous amenons les personnes vers nos terroirs et nos richesses. Nous renforçons le lien terre-mer en développant la notion de cabotage et d'escales.

Nous mettons notre énergie pour relever le défi d'une région Provence-Alpes-Côte d'Azur prospère, fière de son histoire maritime, sa culture, ses paysages, sa gastronomie, ses grands vins.

René Gaudino

PORTO ANTICO DI GENOVA



Ariel DELLO STROLOGO
Presidente di Porto Antico di Genova



PORTO ANTICO DI GENOVA

Il settore della nautica da diporto costituisce una delle eccellenze del "made in Italy" a livello internazionale. Circa il 50% dei mega yacht che navigano al mondo sono di produzione italiana e oltre il 70% del totale naviga nel Mediterraneo per una gran parte dell'anno.

Oltre all'industria cantieristica nazionale che tiene le proprie quote di mercato, nonostante il difficile momento dell'economia a livello mondiale, l'Italia rappresenta una destinazione molto variegata ed interessante per gli appassionati della navigazione da diporto.

Oltre 8 mila chilometri di costa nel Mediterraneo rappresentano un patrimonio, ancora non sufficientemente sfruttato dall'industria turistica del Paese. Le potenzialità sono enormi!

Lo sviluppo della nautica, non solo di quella dei mega yacht, ma anche della cosiddetta nautica sociale, costituisce un'evoluzione importante e può costituire una nuova modalità per scoprire le bellezze e le attrazioni artistico-culturali del Paese. Il tutto tenendo in conto, oggi più che mai, la componente legata alla sostenibilità, intesa sia con riferimento all'attenzione a ridurre le emissioni inquinanti dei natanti, sia favorendo comportamenti eco-sostenibili da parte degli utenti del mare.

La logica alla base dell'iniziativa Odyssea permette di trasformare i porticcioli turistici in porte di accesso per scoprire, oltre alle ricchezze storico-culturali delle città portuali, anche l'entroterra, offrendo in tal modo importanti occasioni di sviluppo e di valorizzazione delle tradizioni e delle eccellenze in termini di produzioni artigianali, tradizioni.

Porto Antico di Genova e più in generale i porticcioli di Genova rappresentano un'ulteriore occasione per scoprire, da una prospettiva tutta diversa, una delle antiche Repubbliche marinare, che ha mantenuto inalterato il suo fascino.

Arrivando a Genova dal mare, infatti, non si può non rimanere affascinati!

Desidero quindi confermare il supporto di Porto Antico di Genova a questa importante iniziativa, che certamente contribuirà a valorizzare gli scali del bacino del Mediterraneo e tutta la filiera legata al settore della nautica da diporto.

Ariel Dello Strologo

CONTRIBUTION ODYSSEA DE LA CITE EUROPÉENNE DE LA CULTURE ET DU TOURISME DURABLE AU LIVRE BLANC ODYSSEA



de G. à D.

Jean-Pierre MARTINETTI,

Directeur général - Administrateur territorial

Docteur en économie du tourisme

Expert membre du Groupe de Durabilité auprès de la Commission Européenne

Sylvain CAMPOS,

Responsable du développement,

de la formation et des programmes européens

Membres du Comité Scientifique ODYSSEA

La Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable (CECTD), labélisée Pôle d'Excellence Rurale, est une structure innovante d'intervention et d'appui au service des acteurs publics et privés des territoires sans équivalent, tant en France qu'en Europe pour concrétiser un tourisme compétitif et durable valorisant culture et patrimoine.

Membre fondateur du réseau NECSTouR (Réseau des Régions Européennes pour un Tourisme Compétitif et Durable), partenaire d'ODYSSEA (membre du Comité Scientifique et membre de la Mission d'appui interministérielle pour la rédaction du Livre blanc), la CECTD est également liée par convention avec l'Institut Européen des Itinéraires Culturels pour la mise en tourisme durable des routes culturelles labélisées par le Conseil de l'Europe. Pôle de connaissance, de formation et d'appui, mais aussi plateforme d'accueil d'événements et d'animation culturelle, celle-ci a notamment développé, avec le soutien des collectivités publiques, une gamme d'outils numérisés et innovants d'évaluation, d'enquête, d'analyse, de formation et de mise en réseau.

« Les Racines du Futur »

Cette formule qui est la devise de la Cité Européenne prend un sens tout particulier avec son implication dans la démarche et le modèle ODYSSEA que valorisent l'identité et le patrimoine des territoires et des habitants dans le cadre d'un tourisme d'échange et de découverte, vecteur de développement durable. La CECTD fonde, tout comme ODYSSEA, son action sur des valeurs fortes, de responsabilité des acteurs, de solidarité des territoires, de partage et de valorisation de la culture et des identités locales par la diffusion des savoirs et des compétences, en vue d'une mise en tourisme compétitive et durable des patrimoines, des destinations et des itinéraires. Dans ce cadre, elle a logiquement souhaité apporter son concours actif à la démarche engagée et apportera au GEC ODYSSEA, son soutien et son expertise, notamment dans la formation des acteurs publics et privés du tourisme et de la culture et dans la mise en œuvre d'outils au service des territoires engagés dans la démarche pour asseoir et renforcer le modèle de développement innovant porté par ODYSSEA.

L'expertise et la formation

L'un des principaux enjeux de la Cité est de répondre aux besoins de formations pour les acteurs publics et privés du tourisme et des secteurs liés, aux échelles locale, nationale européenne et internationale pour renforcer la compétitivité et la durabilité des destinations touristiques. La Cité mettra son expertise au service d'ODYSSEA qui rassemble dans un même modèle de développement, les acteurs publics et privés du nautisme, du tourisme littoral et rural, de la culture, de la viticulture, de l'agriculture, de la pêche... qui devront notamment acquérir, grâce à la formation, l'ensemble des valeurs, des compétences et savoir faire qui font la force du dispositif.

Les outils

La gouvernance partenariale et participative qui caractérise le modèle ODYSSEA, doit mobiliser pour sa mise en œuvre et la réussite de ses actions, des outils innovants et adaptés d'analyse et d'aide à la décision qui s'inscrivent dans une démarche de durabilité touristique des villes-ports, de leurs hinterland/territoires intérieurs, et des itinéraires concernés. Dans cette perspective, la Cité permettra à ODYSSEA d'utiliser les outils qu'elle a développés et qui pourront faire l'objet d'adaptions pour répondre aux enjeux et aux objectifs du modèle proposé.

Il s'agit notamment du progiciel d'évaluation de la durabilité des projets et des destinations touristiques « EQUALTO », du progiciel d'enquête sur la perception croisée de l'activité touristique « EVALTO », du portail de mise en réseau des acteurs du tourisme et de partage des bonnes pratiques « NETJAC », de la plateforme de formation à distance « E-LEARNING », etc.

Jean-Pierre MARTINETTI
Sylvain CAMPOS

A blue ink signature of Jean-Pierre Martinetti, written in a cursive style.

A blue ink signature of Sylvain Campos, written in a cursive style.



Clara BERTRAND CABRAL
 Maître en Sciences Anthropologiques
 Membre du Comité Scientifique ODYSSEA

Tout au long des temps, l'océan a été l'une des voies privilégiées de contact entre les peuples les plus utilisées dans le monde. Qu'il s'agisse de la découverte de nouveaux territoires, d'échanges commerciaux, de routes de migration ou, plus récemment, de voyages de loisir, les grandes extensions d'eau ont joué un rôle fondamental dans la culture humaine, favorisant la connaissance d'autres façons de vivre, de penser, d'agir et de rêver.

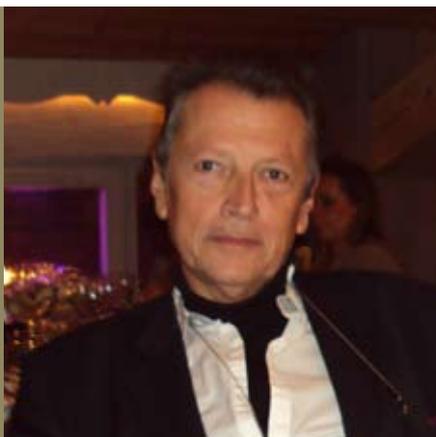
La Méditerranée et toutes les activités qui ont eu lieu dans ses marges, ses zones côtières et ses espaces atlantiques en géographie mais méditerranéens dans le cœur, ont influencé de façon décisive la culture européenne et même mondiale. Cette importance est reconnue par l'UNESCO dans ses différents programmes et activités liés à la diversité culturelle, au dialogue interculturel, à la créativité et, particulièrement, au patrimoine. Pour ce qui est du patrimoine, les innombrables biens et traditions liés à la mer dont les pays européens sont détenteurs, attestent bien la valeur universelle de ce patrimoine qui nous est commun et qu'il convient de valoriser et de promouvoir.

Facteur identitaire qu'il importe de préserver et de faire connaître aux visiteurs afin qu'ils puissent mieux appréhender les lieux et leurs gens, le patrimoine, qu'il soit matériel ou immatériel, peut s'avérer une importante source de revenus pour mener à bien le développement local et régional, en particulier à travers le tourisme. L'importance du tourisme comme source de dialogue et de développement est reconnue par l'UNESCO qui lui assigne un rôle très important au niveau du développement durable des régions et des populations. Un exemple de cet intérêt est le workshop qui a eu lieu à Lisbonne, Portugal, du 12 au 16 décembre 2011, destiné aux gestionnaires des sites Patrimoine mondial portugais et d'influence portugaise. Résultat d'un partenariat entre l'UNESCO et le Tourisme du Portugal, le workshop a réuni plus de 20 participants de différentes nationalités à Lisbonne. Ceux-ci ont analysé et discuté les valeurs des biens culturels et naturels et la façon de créer des synergies positives entre le patrimoine et le tourisme.

Le Portugal est simultanément atlantique et méditerranéen, le pays le plus occidental du continent européen qui a permis l'ouverture de l'Europe au monde et a facilité l'entrée du monde dans l'Europe. Son histoire, vieille de neuf siècles, est indissociable de l'histoire européenne et du monde, elle est néanmoins peu connue d'une grande partie des personnes qui visitent ce pays pour profiter du soleil, des innombrables plages de sable doux et blanc et de l'océan atlantique. Dans ce contexte, les plages et les ports sont des endroits privilégiés pour débiter la découverte du patrimoine culturel et naturel, spécialement celui qui est reconnu par l'UNESCO et qui se situe près de la mer comme le Monastère des Hiéronymites et la Tour de Belém à Lisbonne, le Paysage culturel de Sintra, les Centres historiques de Porto et de Guimarães, la Région viticole du Haut-Douro ou même la Route des Monastères qui inclut le Monastère d'Alcobaça, celui de Batalha et le Couvent du Christ à Tomar. En ce qui concerne le patrimoine immatériel portugais qui appartient maintenant à toute l'humanité, il est indispensable d'écouter le Fado, une chanson urbaine qui est née de la rencontre de cultures qui se rejoignent depuis fort longtemps à Lisbonne.

Dans le contexte européen actuel, il est absolument nécessaire d'avoir recours aux ressources des pays pour créer de la richesse, promouvoir le développement durable, et trouver les voies qui nous permettront de regarder ensemble l'avenir avec confiance et espoir.

Clara BERTRAND CABRAL



Michel VERGÉ-FRANCESCHI

Professeur des Universités (Université F. Rabelais, Tours),
Ancien Directeur du Laboratoire d'Histoire et d'Archéologie maritime
du CNRS (CNRS/Paris IV-Sorbonne/Musée national de la Marine)

ODYSSEA ou l'innovation inscrite dans la tradition

A la fin des années 1760, débarquent en Corse, le Révérend Burnaby (v.1734-1812), aumônier de la factorerie britannique de Livourne (1766), accompagné du Révérend Hervey (1730-1803), futur évêque de Cloyne et surtout un Ecossois, James Boswell (1740-1795), premier Britannique à visiter l'île. Durant cinq semaines, Boswell séjourne en Corse et il a publié le récit de ce voyage qui commence dans un port – Centuri – et qui s'achève à l'intérieur de l'île, preuve que le premier grand « tourist » britannique agissait déjà avec le triple concept « ODYSSEA » : 1) des ports certes mais pour aller au devant 2) d'un patrimoine intérieur et 3) d'une culture locale.

Boswell, élève à Edimbourg puis étudiant à Glasgow, connaît déjà Londres (1762-63), la Hollande (1763-64), l'Allemagne (1764), la Suisse (1764) et l'Italie (1765) lorsqu'il arrive en Corse après avoir rencontré en Suisse Rousseau. Embarqué à Livourne le 11 oct. 1765, Boswell arrive le 12 à Centuri avec son serviteur suisse. Hébergé sur place, « Je fus surpris de constater, écrit-il, que la maison du Signor Antonetti était dans le goût italien, très bien meublée et ornée de gravures et de copies de tableaux célèbres. Je fus en particulier frappé d'y trouver une petite copie du Saint-Michel et le dragon de Raphaël ». Boswell quitta son hôte pour Pino. Après y avoir bavardé avec plusieurs matelots corses « parlant un anglais acceptable » appris sur les quais de Livourne, Boswell poursuit son chemin de village en village, de couvent en couvent, de maison en maison et séjourne ainsi cinq semaines en Corse (12 oct.-fin nov. 1765) à Canari (au couvent), à Patrimonio, à Oletta (chez le frère du consul de Livourne), à Morato (chez le gendre de Clément Paoli) où on lui offre du chocolat au petit déjeuner et un dîner de douze plats « très bien présentés et servis dans de la porcelaine de Saxe », plus « un dessert, plusieurs vins différents et une liqueur, tous produits de la Corse ». A Corte, Boswell loge chez les Franciscains et poursuit sa route: Bastelica (au couvent des Observants), Ornano, Sollacaro. Il décrit l'île : Centuri ? « Petit port... Situation très favorable ». Macinaggio? « Très sûr et commode ». Les forêts? « Le bois est ici beaucoup plus solide que l'on pourrait s'y attendre ». « Beaucoup de tours anciennes ». Boswell décrit les villes. Bastia : « La plus grande ville de l'île (avec) un visage majestueux lorsqu'on vient de la mer... (des) rues... étroites et pentues... plusieurs belles bâtisses... Un château ... L'église Saint-Jean ... (Le) collège... (Le) couvent de lazaristes... Le couvent des Franciscains et celui des Capucins ». Ajaccio... « La plus jolie ville de Corse... de très belles rues et des promenades magnifiques... une citadelle et le palais du gouverneur »... Corte... « L'université... le château ou citadelle ». Mais l'essentiel de la population est fixé « dans des villages comme c'est la coutume dans les cantons suisses et dans certaines régions allemandes ». Boswell s'attarde sur les ressources : « Sources minérales... Diverses essences de pins, des chênes et des châtaigniers... (des) chênes verts... (du) buis... des figuiers de Barbarie et des aloès (qui) fleurissent dit-on aussi bien qu'en Orient... Des coraux... blanc, rouge et noir » qui alimentent à Livourne une manufacture de corail... L'île produit « du porphyre... Une grande variété de jaspe... La magnifique chapelle du Grand Duc de Toscane à Florence a été finie en jaspe de Corse... Du cristal de roche... Du mûrier (d'où une) abondance de soie... De nombreuses mines de plomb, de cuivre, de fer et d'argent... d'alun et de salpêtre »... Près de Saint-Florent « une mine d'argent très riche. Le fer de Corse est remarquable... Beaucoup de laine, une bonne quantité de lin... de l'huile en abondance pour (les) lampes... des bougies... assez peu de chandelles de suif... abondance de cuir ». Boswell énumère les oiseaux: « aigles, vautours, pigeons ramiers, tourterelles, grives, merles... perdrix... bécasses... bécassines... gibier d'eau »; les poissons « truites et anguilles... très grasses et d'une taille peu commune... thons... esturgeons... huîtres... sardines ... d'un goût exquis »; les bestiaux : « chevaux... de très petite taille... ânes et... mulets, petits mais très robustes et d'une agilité remarquable... Vaches (qui) donnent souvent peu de lait et (dont la) viande est maigre et dure... Beaucoup de chèvres... (Des) moutons (qui) ont en général un pelage noir ou brun... Une excellente race de chiens (au) poil doux et (qui) tiennent à la fois du mâtin et du gros chien de berger... de bonne taille et excessivement farouches... très fidèles à leur maître ». Il s'attarde sur l'alimentation des Corses : « Beaucoup...de citronniers, d'orangers, de figuiers et d'amandiers, peu de noyers ... (Des) pommiers, poiriers, pruniers et cerisiers... pas très beaux... Des grenadiers absolument irréprochables... Du blé, de l'orge, du seigle et du millet qui poussent tous bien en divers endroits de l'île... On peut considérer les châtaignes comme une sorte de grain car elles remplissent ce rôle. Les Corses les mangent rôties en guise de pain. Ils en tirent même en les broyant une farine qui permet de faire de très bons gâteaux... Beaucoup de miel... L'île est célèbre pour ses essaims d'abeilles... (Du) thym sauvage... (des) herbes aromatiques... Assez peu de lait puisque les Corses ne font pas de beurre et utilisent plutôt de l'huile... Une bonne quantité de fromages... (Des) cochons très nombreux... (qui) se nourrissent de châtaignes et... très agréables au goût... Les Corses peuvent faire quantité de vins admirables

car leurs raisins sont excellents. On fait au Cap Corse deux très bons vins blancs. L'un fait beaucoup penser au malaga. Ils en exportent une partie chaque année en Allemagne où il est vendu comme tel. On en achète également à Livourne pour l'Angleterre où il passe aussi pour du vin d'Espagne. Le deuxième de ces vins blancs a un goût qui rappelle un peu le Frontignan. A Furiani on fait un vin blanc qu'on prendrait pour du vin de Syracuse, pas tout à fait aussi moelleux mais finalement meilleur... Dans quelques villages, on fait un vin riche et doux qui ressemble au tokay. A Vescovato et à Campoloro, on trouve un vin comparable au Bourgogne et dans l'île entière on fait différentes sortes de vin »... « Les exportations d'huile ont atteint en un an 2 500 000 livres de France et celles de châtaignes 100 000 écus de la même monnaie ».

Bref le « comptoir » ODYSSEA est totalement présent dans A Tour of Corsica, véritable best-seller britannique, écrit en 1765 et traduit dans toutes les langues européennes dans les mois qui suivirent sa parution ! ODYSSEA, un concept qui séduit le touriste et l'historien, le voyageur et l'homme de culture, le rêveur et le client.

Michel VERGÉ-FRANCESCHI

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Vergé-Franceschi', is written over a long, thin horizontal line that extends across the page.

LA CONTRIBUCIÓN DE UNA EMPRESA VITIVINÍCOLA RIOJANA PRIVADA, A TRAVÉS DE SU PROYECTO



Luis Vicente ELÍAS

Departamento de Documentación y Patrimonio Cultural, Bodegas R. López de Heredia Viña Tondonia, Miembro del Comité Científico ODYSSEA

Parece pretencioso e incluso fuera de lugar que una empresa vitivinícola privada de La Rioja, a doscientos kilómetros de la costa apoye con su trabajo al Proyecto ODYSSEA, por lo que precisa ante todo de una explicación.

Bodegas R. López de Heredia de Haro en La Rioja, fundada en 1877 ha obtenido su prestigio a través de 134 años de elaboración de vinos con la característica de las largas crianzas en bodega y los prolongados envejecimientos en botella.

Esta particular y casi exclusiva elaboración precisa de unos viñedos adecuados en variedades y formaciones, y unas instalaciones idóneas; y ambas, viñas y bodega, son además un importante atractivo turístico.

La bodega recibe cada año más de 25.000 visitantes y su Proyecto Cultural participa en actividades de investigación y de comunicación científica en muchos foros universitarios o de divulgación.

Concedores del Programa ODYSSEA a través de las comunicaciones recibidas desde el Instituto de los Itinerarios Culturales Europeos, vemos que en el Proyecto hay muchas coincidencias entre las acciones que se pretenden desarrollar y las que nuestra empresa a través del Programa Cultural, realiza. Es importante además que entre los colaboradores y mantenedores de proyectos como este, se encuentre también la empresa privada, sobre todo cuando ésta fomenta y patrocina actividades culturales, de investigación y promocionales de los valores identitarios de las regiones en las que radican.

La divulgación de los valores culturales del vino es una misión de nuestra bodega a través de las visitas, las exposiciones, las publicaciones y otras formas de difusión.

Estamos, por lo tanto, en la línea del fomento del turismo cultural como una fórmula para generar desarrollo rural en pequeñas poblaciones agrícolas, aunque en nuestro caso se encuentren alejadas de la costa. No obstante las metodologías que empleamos, tanto en los trabajos de investigación en temas de cultura tradicional, paisaje del viñedo, como en el conocimiento global de la cultura del vino, pueden ser empleadas en el ámbito marítimo en el que se desarrolla ese proyecto.

Nuestra experiencia en el área del Turismo Enológico, se demuestra en nuestros libros de firmas de visitantes, que se inician en 1900, y podemos ponerla a disposición de los socios que se interesen por este apartado del turismo temático.

Lo mismo podríamos decir de otras áreas, en las que nos ofrecemos a las instituciones participantes para colaborar con ellas.

Cuando la agrupación Great Wine Capitals, que reúne a las ciudades vitivinícolas más importantes del mundo, eligió a Bilbao, ciudad costera, en unión con La Rioja territorio vinícola donde radica nuestra antigua bodega, y hoy son un doblete excelente y complementario de diferentes tipos de valores y recursos que el viajero quiere descubrir y disfrutar.

Y hemos de decir a modo de graciosa justificación que a la ciudad de Haro se le conoce como eje de la Costa del Vino, calificativo que se le dio allá por años 1970, por la abundancia de visitantes que recalaban en este territorio; Por todo ello nos atrevemos a mostrar nuestra adhesión a este proyecto.

Luis VICENTE ELÍAS



Robert LANQUAR

Docteur en gestion des ressources humaines dans le tourisme, Docteur en Développement organisationnel, Journaliste et consultant, Président de Cordoba Horizontes, Membre du Comité Scientifique ODYSSEA

Les chemins de la culture en Méditerranée : ODYSSEA, un fédérateur

Le « choc des civilisations » a fait couler beaucoup d'encre. Quelle contribution les voies du tourisme, les chemins de pèlerinage et les itinéraires culturels en particulier, pourrait apporter pour faciliter le dialogue entre les peuples de la Méditerranée ? Que faire pour que le tourisme soit largement accepté et utilisé comme un instrument de la paix et du développement durable entre nos nations ? Autant de questions qui animent les débats des instances internationales et dont les réponses se trouvent dans la multiplication des projets et des bonnes pratiques d'un tourisme culturel, mais surtout utilisant un néologisme, d'un tourisme interculturel.

Face au choc, on a lancé le mot « Alliance ». Les Nations Unies vont proclamer 2001, « Année des Nations Unies pour le Dialogue entre les Civilisations » avec le président iranien Seyyed Mohammad Khatami. Mais 2001 fut l'année terrible du terrorisme. Le terme « Alliance » est controversé : à l'encontre de dialogue ou de coopération, il implique une connotation conflictuelle. Certains auraient préféré « Alliance entre civilisations » qui aurait mieux décrit l'élément de fertilisation interculturelle, de cosmopolitisme et l'idée d'un processus partagé où aucun ne sacrifierait sa propre identité. Le consensus sur le mot « civilisation » ne fut pas non plus atteint, car on trouvait qu'il avait trop de différents sens. Il fallut l'utiliser pour poursuivre l'initiative de 2001 des Nations Unies et se positionner face au choc des civilisations.

En 2005, le ministère français des Affaires étrangères, sous la conduite de Jacques Huntzinger, lançait une idée proche : l'« Atelier Culturel Europe – Méditerranée – Golfe » à la fin du mandat présidentiel de Jacques Chirac qui voulait, sans en faire un nouveau processus diplomatique, institutionnaliser la réflexion de la société civile, plus particulièrement sur le dialogue « Occident – Islam » et « éclairer prioritairement le changement social sous ses multiples facettes, avec ses avancées, ses retards et ses goulets d'étranglements ». La première rencontre eut lieu à Paris en septembre 2006. Le deuxième volet de cette initiative s'est tenu à Séville fin juin 2007, organisé par la Fondation des Trois cultures, et se poursuivit à la Bibliothèque d'Alexandrie en 2008.

Mais le tourisme dans tout cela ? Le politique dira que le tourisme est un remarquable instrument de modernisation, de lutte contre le « choc des ignorances ». Il peut apporter une meilleure connaissance de la diversité culturelle, désormais inscrite dans une Convention internationale, adoptée à l'UNESCO en 2006. « Les identités ne sont pas toutes appelées à devenir meurtrières, selon la belle formule de l'écrivain Amin Maalouf, « elles sont aussi des facteurs d'intelligence approfondie et de compréhension mutuelle ».

Dès la fin des années 1970, l'Organisation mondiale du tourisme publiait une étude sur les « Valeurs spirituelles du tourisme et son rôle pour une meilleure compréhension entre les peuples ». Elle avait aussi élaboré dès 1977 une « Étude sur le tourisme comme facteur de compréhension entre les peuples » pour suivre la piste du tourisme comme médiation interculturelle, mais devant la priorité donnée à l'économie du tourisme, elle fut négligée.

Devant le projet d'Alliance des civilisations, l'OMT organisa à Cordoue en octobre 2007 la Conférence internationale sur « Tourisme et religions : une contribution au dialogue des religions, des cultures et des civilisations ». Le monde est clos, quasiment toutes les destinations ont été atteintes. La massification est aussi un écueil refusé par de plus en plus nombreux touristes. Comment alors renforcer la demande touristique, sinon par des produits et services qui revaloriseront les éléments du dialogue interculturel et spirituel et y ajouteront une valeur économique et sociale ?

Il y a une trentaine d'années Edgard Morin écrivait : « la vacance des valeurs fait la valeur des vacances ». Pour l'OMT, comme il apparaît à la lecture du Code d'Éthique mondial du tourisme, adopté le 21 décembre 2001 par l'Assemblée générale des Nations Unies, le temps libre et des vacances, loin d'être seulement un temps de loisirs inoffensif et non productif de richesses, peut posséder une réelle utilité sociale et culturelle. Il s'étend à l'ensemble du cycle de vie, c'est-à-dire à tous les âges de la vie. Il concerne les peuples de toutes les régions du monde.

Ceux qui ont déjà l'expérience du voyage, ceux qui ont fait les grandes destinations du monde veulent approfondir : toutes les enquêtes de marketing le soulignent. Ils recherchent de plus en plus des voyages qui les rendent plus sensibles aux autres. Les plages n'attirent plus

comme avant. La seule visite des sites et monuments du monde est insuffisante. Connaître l'histoire passée des nations et civilisations des pays et régions où l'on voyage est seulement une préparation au dialogue. Le tourisme pourrait connaître un nouveau souffle grâce à la rencontre et au dialogue avec les autres : échanges de jeunes, voyages de familles à familles, conférences, réunions avant et après le voyage, forums et chats systématiques pour parler de son voyage avec ceux que l'on a visités. Les formules existent déjà, il faut les rendre plus accessibles et attractives. C'est dans ce contexte que l'on pourra développer des itinéraires pour le tourisme, des chemins et des routes pour la culture. Mais quelles voies pour la culture en Méditerranée entre le multiculturalisme et l'interculturel ?

L'« interculturel » ?

Parler de multiculturalisme, c'est souligner la coexistence et la cohésion sociale de cultures différentes au sein d'un territoire avec des politiques identitaires, mais antidiscriminatoires, pour favoriser l'expression des particularités de chaque culture. C'est aussi juxtaposer des patrimoines sans trop voir ce qui les réunit. On cite souvent le cas anglais. Après avoir initialement bien fonctionné, le multiculturalisme britannique est victime d'une double illusion d'optique, dénoncée notamment par le Prix Nobel d'économie Amartya Sen : « on a confondu d'abord la liberté culturelle et le conservatisme du même nom, où l'adhésion aveugle aux héritages, y compris les pires, résulte rarement d'un examen critique. On a réduit ensuite trop souvent la culture à la religion, en négligeant les autres formes d'adhésion identitaire, politiques, économiques ou sociales. »

Le tourisme bénéficie de ce multiculturalisme comme dans les grandes métropoles avec leurs quartiers chinois, irlandais ou italiens. . . , leurs restaurants, pubs, délicatessens, leurs temples et églises, leurs monuments et inscriptions sur les murs, des styles d'architecture typique à la communauté majoritaire du quartier. . . Dans une ville de dimension moyenne, c'est-à-dire de moins de 500 000 habitants, cela n'existe pas et il faut rechercher des quartiers qui ont une histoire.

L'interculturel intervient pour sensibiliser à la diversité culturelle des peuples et civilisations. Le tourisme est un instrument de promotion de l'interculturel si l'on suppose une participation active des populations d'accueil en même temps qu'une connaissance et une compréhension mutuelles des différences culturelles.

Peu d'observateurs et d'experts font la liaison entre les termes « tourisme et interculturel ». On préfère le couple « tourisme-culture » tel que défini au début des années 1990 par le Conseil de l'Europe, qui constitue un pilier de la politique d'accueil des destinations touristiques. Lors du Forum de Barcelone de 2004, le représentant de l'UNESCO, Doudou Diène, soulignait que « le tourisme constitue, en dernière analyse, une tension culturelle découlant de la conjonction de trois facteurs spécifiques : sa dimension démographique, le désir de changement ou de découverte qui le motive et la diversité humaine et culturelle qu'elle met en jeu. Trois facteurs culturels lourds structurent en profondeur cette dynamique de rencontre et d'interaction : - la quête identitaire induite par la mondialisation, - La surdétermination des « lunettes culturelles », - Le niveau économique, généralement inégal et en conséquence le clivage développement/sous-développement.

Si le tourisme est considéré comme un élément de médiation sociale pour entretenir, maintenir ou rétablir des liens de sociabilité entre des personnes fréquentant les mêmes lieux, en particulier des gens issus de cultures différentes, les stratégies de développement et de marketing doivent s'adapter à cet objectif. Comme l'éducation, la formation touristique doit conduire à des compétences interculturelles, souvent émotionnelles et psychosociologiques, c'est-à-dire des aptitudes à pouvoir communiquer avec succès avec des gens d'autres cultures. Ceci devient de plus en plus nécessaire dans un monde globalisé. Pour des entreprises comme celles du tourisme, la réussite est basée sur une communication interculturelle efficace. Selon le québécois Vico Armony, les termes qui désignent les modèles sociétaux d'intégration sont beaucoup plus que de simples étiquettes pour décrire le type de politiques gouvernementales mises en place à l'égard des immigrants et des minorités. Les mentalités évoluent et le débat revient sur les mesures à prendre pour que notre société puisse assumer pleinement et complètement sa diversité, et trouver un moyen de lutter efficacement et durablement contre le fléau des discriminations qui ne cessent de progresser ces dernières années et qui peuvent influencer négativement l'image d'une ville ou d'un territoire auprès des touristes. Ceci est particulièrement important en Méditerranée.

Les jumelages sont un autre élément de l'interculturalité. Si l'on veut brièvement raconter l'histoire des jumelages depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, c'est insister sur leur rôle pour consolider la paix en Europe par une reconnaissance des citoyens de ces villes jumelées, puis entraîner un développement culturel, économique et social en multipliant les échanges entre villes jumelées. Des stratégies ont été mises au point et le jumelage sert de plus en plus le tourisme et l'économie. La formule séduit et est appelée à servir de modèle pour les villes du patrimoine méditerranéen. Le programme ODYSSEA pourrait explorer cette formule, porteuse de rencontres multiples entre la société civile et les collectivités territoriales.

Enfin, une politique touristique interculturelle passe par la création d'itinéraires. Selon la Charte internationale du tourisme culturel de l'ICOMOS, les itinéraires culturels sont une vraie synthèse des valeurs matérielles et immatérielles et jouent un rôle majeur pour la cohésion régionale, le dialogue interculturel, la compréhension et la tolérance. Ils intègrent des liens spirituels et économiques et peuvent être une ressource touristique de développement durable. Le Conseil de l'Europe en s'impliquant avec l'Institut Européen des Itinéraires Culturels dans l'univers méditerranéen nord, sud et est, permettra la création de nouvelles routes comme celles de villes-ports, des comptoirs étrusques ou de Benjamin de Tudèle au-delà de routes comme celles de la Vigne (Iter Vitis), les Routes de l'Olivier ou celles des Phéniciens... Ainsi se renforcera l'image d'une Méditerranée commune, porteuse de notre identité collective, riche de sa diversité.

Identité méditerranéenne : utopie concrète et défi pour le tourisme !

Mare nostrum des Romains, mer blanche des arabes, le vocable « Méditerranée » n'apparaît véritablement qu'au 16^{ème} siècle, au moment même où celle-ci perdait son rôle d'épicentre, quand tout allait s'axer sur l'Atlantique et le Nouveau Monde. Aujourd'hui jaillit de partout l'expression identité méditerranéenne, celle des peuples et des pays qui l'entourent, celle de ses industries et activités, celle de ses modes de vie et de son patrimoine naturel et culturel. La formule surgit des géographes au 19^{ème} siècle au moment de la première révolution industrielle. Ne l'utilisent, ni Fernand Braudel¹, ni Georges Duby, ni même Predrag Matvejevic, le « Yougoslave » qui dans son Bréviaire méditerranéen, suit les matérialisations de la culture méditerranéenne aussi bien dans ses illustres monuments que dans son art culinaire, tout cela au rythme des vagues et des orages, que le Majorquin Balthasar Porcell a connu durant ses voyages entre les terres et les îles. Edgar Morin définira seulement la Méditerranée « comme une réalité géographique et stratégique » à laquelle correspondrait « une réalité poétique et mythologique ».

La Méditerranée, riche d'histoire et de culture, a été victime de toutes sortes d'historicismes. La tendance aux réinventions nostalgiques et aux ambiguïtés politiques nous a fait confondre la représentation de la réalité méditerranéenne avec cette réalité même : l'image de la Méditerranée et la Méditerranée elle-même ne s'identifient point. La rétrospective l'emporte sur la prospective. L'histoire y a produit une généalogie plurielle et suggère une notion culturelle implicite, avec des points d'ancrage communs, depuis les Phéniciens et Carthaginois aux Grecs avec l'invention de la démocratie au siècle de Périclès, des Romains aux Chrétiens d'Occident et d'Orient, des Juifs aux Musulmans avec les andalous Maïmonide et Averroès, des Berbères aux Arabes avec leurs grands voyageurs, Ibn Khaldoun et Ibn Batouta : un patrimoine de « civilisations entassées les unes sur les autres », de religions qui se sont côtoyées et réciproquement influencées. Emma Belhaj Yahia le disait : « ma Méditerranée n'est belle que parce qu'elle est multiple » ; Méditerranée plurielle, qui se retrouve dans cette multiplicité de regards. L'idée de la Méditerranée n'est pas appropriée de la même façon, selon que l'on se trouve en Italie ou en Espagne, en Grèce ou en Turquie, en France ou en Égypte, au Liban ou au Maroc, en Syrie ou en Tunisie. Pourtant, les spécialistes des sciences de la terre nous diront qu'elle présente des caractéristiques communes qui se retrouvent dans son climat, sa géographie et son environnement, dans son agriculture et ses activités traditionnelles, mais aussi selon les historiens et les ethnologues, dans sa barbarie, sa démesure et sa violence malgré la douceur d'y vivre.

Cette identité, existe-t-elle alors dans notre imaginaire, celui des mythes qui conduisent à l'expérience touristique, celui qui passionne et qui inquiète durant le voyage, car inscrit dans les légendes et les stéréotypes ? Est-elle seulement une « utopie concrète » que l'on recherche durant ses loisirs ou pendant ses rencontres ? Ou alors cette identité méditerranéenne nous est-elle refusée à cause du terrorisme, de l'insécurité, des migrations, des conflits et des crises ? Avec le lancement de l'Union pour la Méditerranée, la pertinence d'un espace commun méditerranéen, porteur d'opportunités interculturelles et de profits, nous mène à une réflexion sur le rôle et l'image d'un tourisme méditerranéen faisant découvrir l'identité touristique méditerranéenne à travers le patrimoine polyphonique de cette « mer entre les terres », de cette « succession de mers » selon l'expression de Braudel. Serait-ce le grand défi du tourisme méditerranéen des prochaines années ? Comment le tourisme pourrait construire ou participer à la construction d'une identité méditerranéenne où la réciprocité, selon les mots d'Amin Maalouf, nous guiderait depuis le dialogue jusqu'à cet « humanisme intégral » si cher à Jacques Maritain comme à Léopold Sédar Senghor ? Un tourisme où l'interculturel et l'environnemental tracerait les chemins de la durabilité et de la paix, un tourisme bâti sur le savoir, la transmission et les échanges ?

Utopie concrète, l'identité touristique méditerranéenne doit se traduire dans les faits et avoir une incarnation réelle dans le sens fonctionnel d'une identité à construire : des analyses communes, même si elles se différencient selon les proximités ; des projets communs, même s'ils intègrent des caractéristiques propres aux territoires où ils seront développés ; des zones d'excellence dont l'efficacité en fera des lieux uniques au monde, même si elles entraînent des coopérations compétitives ; avec des campagnes de benchmarking, de promotion, de communication et de marketing conjointes sur les grands et nouveaux marchés émetteurs de tourisme ; avec la diffusion de pratiques recommandées et de normes et standards communs ; avec une éducation et une formation élaborées selon les critères les plus exigeants dans le cadre d'une harmonisation des enseignements entre l'Europe et la Méditerranée. . .

L'identité relève volontiers de l'indéfinissable pour le Méditerranéen Thierry Fabre, mais elle se raconte, dirait le philosophe Paul Ricœur, dans les textes, l'œuvre d'art, la musique, également sur le terrain même, sur les littoraux et dans les arrière-pays de la Méditerranée, dans des centres d'interprétation, musées, expositions, festivals, par un artisanat original, une éducation et des formations qualifiantes. Identité culturelle, identité environnementale, que l'on retrouvera dans des projets comme « Esprits de la Méditerranée », destinations homogènes d'excellence pour les régions rurales côtières et de l'intérieur ; dans les « Vitrines de destination » utilisant les technologies de l'information et de la communication les plus avancées pour rendre visibles et accessibles, bien entendu, toutes les destinations méditerranéennes.

Cette identité méditerranéenne devra aussi être au cœur des projets de renouvellement des pôles du tourisme de masse tant critiqués comme Benidorm, Rimini, La Grande Motte, Torremolinos. . . Ces méga-destinations offrent des services publics de santé, de transports, de loisirs et de culture, et même d'éducation et de formation – pour les touristes et les résidents – qu'il est peut-être préférable de concentrer pour répondre aux problèmes climatiques. Un tourisme diffus entraîne bien plus de dommages sur l'environnement : mitage du paysage, en particulier par les résidences secondaires, empreinte carbone plus élevée en raison de la multiplication des besoins de transports individuels, plus de routes et de chemins, etc. La concentration des destinations littorales devient une nécessité si l'on veut trouver un équilibre entre les pressions environnementales et le progrès social et économique.

¹ : Fernand Braudel parle seulement de l'identité de la France. En Méditerranée, il traite de l'histoire immobile aux fluctuations quasi-imperceptibles, ayant trait aux rapports de l'homme et du milieu.

Camus, l'Algérois, le Méditerranéen, nous demande de sortir de l'absurde. Les acteurs du tourisme, collectivités territoriales et société civile, entrepreneurs et populations locales, doivent tous participer en Méditerranée à la création d'un espace de solidarité et de coopération, c'est-à-dire de codéveloppement, à une Méditerranée immatérielle, dépassant les frontières nationales. Les produits communs seront identifiés, l'identité méditerranéenne en dépend. Viendront ensuite naturellement les marques communes, qui en feront la synthèse, avant de se distribuer sur tous les marchés du monde et les démarches conjointes qui nous feront parler d'une seule Méditerranée du tourisme, ici et ailleurs.

Demain le tourisme en Méditerranée

Le tourisme méditerranéen est surtout concentré sur sa rive nord en Europe. Cependant, durant ces deux dernières décennies, les pays des rives sud et est (Algérie, Égypte, Israël, Jordanie, Liban, Libye, Maroc, Palestine, Syrie, Tunisie et Turquie - appelés pays MED11) ont enregistré le taux de croissance le plus élevé des arrivées touristiques internationales dans le monde. Dans le même temps, leur tourisme national s'est rapidement développé. Les performances du tourisme de MED 11 furent étonnantes à la lumière des risques de la région : sécurité, désastres naturels, élévation du prix du pétrole et incertitudes économiques. La dernière crise financière n'a pas eu de graves conséquences sur ce développement, ce qui confirme la résilience du secteur et l'énorme potentiel touristique des pays de MED 11. Cette tendance a été brutalement stoppée en 2011 par le printemps arabe. Reprendra-t-elle quand la situation se stabilisera et continuera-t-elle jusqu'à 2030 ?

Depuis la parution de l'ouvrage Plan Bleu/MAB/UNESCO en 1995 de « Tourisme et environnement en Méditerranée : enjeux et prospective »², aucune nouvelle analyse prospective n'avait été faite pour imaginer les futurs possibles du tourisme dans cette région du monde. La Commission européenne vient de couvrir en partie cette lacune pour onze des pays méditerranéens, par l'inclusion dans son programme MEDPRO – Prospectives méditerranéennes – coordonné par le CEPS – Centre d'études politiques européennes, d'une étude sur le tourisme à l'horizon 2030. MEDPRO – Prospectives Méditerranéennes est un consortium de 17 instituts de recherche financé par le Septième Programme Cadre de l'Union Européenne. Il analyse par une approche multidisciplinaire, les défis auxquels la région sud et est de la Méditerranée devra faire face.

La région MED 11 s'est engagée sur un sentier de réformes ambitieuses dans les domaines politiques et économiques tout en se penchant sur les questions sociales et environnementales les plus urgentes : chômage endémique, mauvaises conditions de vie, inégalités, pour en finir avec toutes formes de discrimination et pour préserver l'environnement méditerranéen. Relever ces défis requiert une volonté politique forte et une bonne gouvernance ainsi que l'implication profonde de tous les acteurs, mais surtout une connaissance approfondie des forces motrices et des dynamiques à l'œuvre dans chacun des pays concernés. En considérant un large spectre d'interactions, MEDPRO a pour objectif de développer un certain nombre de scénarios qui pourraient émerger à l'horizon 2030 afin de fournir une base solide aux futures politiques de développement économique et social durables, tout en prêtant attention – lorsque cela est pertinent – aux rôles et contributions potentielles de l'Union Européenne. Le tourisme est un accélérateur de ces changements. Une forte coopération comme le programme ODYSSEA ne fera que le renforcer.

L'horizon 2030

Dans moins de vingt ans, avant même 2030, le panorama géostratégique de la Méditerranée pourrait changer. Quelles sont les voies pour un meilleur avenir ? Tous les scénarios sur le développement économique et social méditerranéen montrent une forte croissance du tourisme, sauf en cas de crises répétées ou de multiples catastrophes naturelles. Comment conduire cette croissance du tourisme pour le bien de tous, avec un impact minimal sur le changement climatique qui aura des conséquences très fortes sur tous les ports de la Méditerranée ? Faut-il par exemple pour préserver l'environnement méditerranéen, préférer des méga-destinations de type Benidorm, Rimini ou des destinations diffuses, mitant les paysages, les polluant beaucoup plus et ayant une empreinte carbone plus élevée ? Quelles seront les nouvelles destinations, produits et services touristiques ? Comment se dessinera l'image du tourisme en 2030 ? Quelles sont les principales menaces qui pourraient accabler le tourisme méditerranéen d'ici 2030 ?

Trois principaux points devraient attirer une attention particulière des responsables politiques et des professionnels du tourisme et sont des clés pour définir les cheminements qui conduiront à ce que le tourisme méditerranéen pourrait être en 2030.

En premier lieu, le tourisme méditerranéen ne doit pas être immobilisé par des politiques qui restreignent les voyages, découragent l'investissement direct étranger, et limitent l'intégration des pays méditerranéens avec l'Europe et le reste du monde. La vision du marché touristique méditerranéen doit dépasser celle de l'intercontinental, en particulier du tourisme en provenance d'Europe du nord, et devra tenir compte des marchés domestiques et interrégionaux aux perspectives très prometteuses. Les investissements en équipements et infrastructures de tourisme dans le sud et l'est de la Méditerranée devront refléter cette tendance. En second lieu, l'utilisation des technologies de l'information et de communication entraîne un partage plus équitable des bénéfices du tourisme entre les divers acteurs du tourisme méditerranéen, surtout si les petites et micro entreprises s'adaptent entièrement à ces technologies. Une nouvelle intermédiation se fait jour avec le développement des réservations directes entre clients et hébergeurs, grâce aux low-costs, à Internet et aux réseaux sociaux. Le manque d'équipements informatiques avancés est sans doute la raison principale pourquoi les pays méditerranéens perdent des rangs dans les indices de compétitivité touristique. Une formation touristique insuffisante aussi bien que la pénurie de qualifications et capacités technologiques minent autant la compétitivité du secteur. Cette situation limite la création d'entreprises et d'emplois dans le secteur, induisant de grandes compagnies à rechercher une plus grande productivité à travers un nombre de plus en plus réduit d'employés compétents.

Troisièmement, le développement spectaculaire de nouveaux produits et services tels que le tourisme nautique et de croisières, le tourisme médical, religieux et culturel pourrait conduire à réexaminer l'image d'une Méditerranée, destination « sable, mer et soleil » et son identité de marque homogène. Cette vision unique identitaire, plus ample de la Méditerranée bénéficierait en particulier aux petites et moyennes entreprises des destinations méditerranéennes, et devrait trouver l'appui des autorités et collectivités locales.

De quatre scénarios à l'horizon 2030 préparés pour MEDPRO, le scénario « Développement durable commun » offre les meilleures perspectives pour le tourisme des pays MED11 dans l'espace euro-méditerranéen. Il encourage une coopération étroite entre les professionnels du tourisme et les collectivités territoriales pour développer des produits et services innovateurs autour de la Méditerranée. C'est un scénario gagnant-gagnant lié à une transition démographique et démocratique rapide. Il pourrait être également intitulé : « Le scénario d'une Méditerranée merveilleuse ». En outre dans ce scénario, la lutte contre le changement climatique sera prise très au sérieux aux niveaux locaux, régionaux et nationaux. De toutes les projections présentées, ce scénario crée le plus d'emplois ; il exige plus d'investissements responsables et durables et une gestion plus stratégique du tourisme avec une vision soutenue, durable, solidaire et responsable.

Fin 2011, globalement le tourisme méditerranéen montre des signes très positifs de récupération surtout au nord. Mais le sud et l'est, sauf le Maroc, la Turquie et Israël, connaissent une chute de fréquentation. Les résultats furent analysés par l'OMT ou par META, le réseau des professionnels méditerranéens du tourisme. Le point le plus préoccupant devient celui des investissements. Au-delà de la perte d'arrivées internationales constatée en 2011 dans les pays MED11, les Investissements Directs Étrangers (IDE) sont en chute libre selon le réseau ANIMA. Cette diminution des IDE est plus vraisemblablement une conséquence de la crise mondiale plutôt que des révolutions arabes. La fin de la crise, surtout en Europe, peut-être après 2013-2014, pourrait logiquement avoir un effet positif sur les investissements touristiques, sauf si les pays émergents comme les BRICS affichent un intérêt plus accentué sur les pays MED11.

L'effet des révolutions arabes sur certains marchés récepteurs en Méditerranée ont eu surtout comme conséquence une baisse très prononcée des prix, suivant en cela une situation de panique, s'ajoutant à une faiblesse tarifaire déjà installée. Les ressources financières disponibles ne sont plus suffisantes pour réaliser les travaux de maintenance. Certains établissements ne pourront pas résister à courte échéance, ce qui entraînera la lente dégradation des équipements et infrastructures.

En outre, la faiblesse des capacités financières poussent les hébergeurs à réduire les salaires et à faire appel à du personnel non qualifié. Certains mutualisent leurs personnels, ce qui n'est pas une mauvaise solution. Le tourisme est une activité internationale offrant de nombreuses opportunités de carrières dans les métiers de service. La Méditerranée, comme les autres grands bassins touristiques se doit de former et d'exporter dans le monde des personnels d'encadrement et d'exécution bien formés, ayant acquis une expérience recherchée à l'international comme le souligne l'AMFORHT, Association mondiale pour la formation hôtelière et touristique. Ce n'est pas le cas actuellement dans certains pays du Sud et de l'Est méditerranéens. Les révolutions actuelles ne sont pas de nature à réduire cet important problème.

La coopération nécessaire

Enfin, il faut rappeler que la Méditerranée est l'une des rares régions du monde à ne pas posséder un véritable instrument de coopération dans le domaine du tourisme. Cette coopération n'est intervenue, ni dans un cadre professionnel comme dans le Pacifique et l'Asie, ni pleinement dans celui d'un partenariat public-privé comme en Europe. Avec une Union pour la Méditerranée (UpM) rénovée et des accords d'association renforcés, les mêmes normes et standards s'appliqueront à tous les aspects du tourisme : santé et sécurité, garanties juridiques et bancaires, qualification des ressources humaines, etc. Ceci donnera entière confiance et un bon climat pour les investissements, les entreprises et la création d'emplois dans le tourisme tout autour de la Méditerranée. Le programme ODYSSEA jouera donc un rôle clé pour cela.

Robert LANQUAR





Pascale LISMONDE

Journaliste, Productrice d'émissions à France-Culture, Auteur de livres et de documentaires, Membre du Comité de rédaction de www.lacritique.org, et de l'Association internationale des Critiques d'Art - A.I.C.A., Membre du Comité Scientifique ODYSSEA

ODYSSEA 2012 « La Méditerranée, un soleil plus grand que la lumière »

Les projets d'ODYSSEA ont pour vocation de développer de nouvelles formes de tourisme culturel dans les « villes-ports » de la Méditerranée. Il s'agit notamment de « rechercher des éléments communs aux rives de la Méditerranée à travers son histoire », de « valoriser les patrimoines matériels et immatériels, d'expliquer leur signification historique et de mettre en évidence leurs correspondances dans les différents territoires européens ».

Il s'agit aussi « d'encourager les projets et activités artistiques qui explorent les liens entre le patrimoine et la culture contemporaine ».

Le projet que nous développons ici propose un axe possible de narration, susceptible d'élargir le discours offert au voyageur dans sa découverte des villes-ports de la Méditerranée.

Aucune question sur le temps présent ne peut faire abstraction d'une interrogation sur les temps révolus. Il importe donc de poser d'abord quelques données fondamentales de l'histoire de la Méditerranée.

La Méditerranée, ce très vieux carrefour...

Si la Méditerranée apparaît sur les cartes du monde comme une simple coupure de l'écorce terrestre, un fuseau étroit qui s'allonge de Gibraltar à l'isthme de Suez et à la mer Rouge, elle s'avère être la principale voie de communication entre trois continents, Europe, Asie, Afrique, jusqu'à la découverte d'un continent plus lointain, l'Amérique. Un très vieux carrefour, vers lequel, depuis des millénaires, tout a conflué - hommes, navires, marchandises, idées, religions, arts de vivre - brouillant et enrichissant son histoire.

« Qu'est ce que la Méditerranée ? » écrit le grand historien Fernand Braudel, dans son ouvrage majeur sur le sujet (1). « Mille choses à la fois. Non pas un paysage, mais d'innombrables paysages. Non pas une mer, mais une succession de mers. Non pas une civilisation, mais des civilisations entassées les une sur les autres. Voyager en Méditerranée, c'est trouver le monde romain au Liban, la préhistoire en Sardaigne, les villes grecques en Sicile, la présence arabe en Espagne, l'islam turc en Yougoslavie. C'est plonger au plus profond des siècles, jusqu'aux constructions mégalithiques de Malte ou jusqu'aux Pyramides d'Égypte. C'est rencontrer de très vieilles choses qui côtoient l'ultra-moderne, la lourde agglomération industrielle de Mestre à côté de la cité de Venise, quasi immobile, la barque du pêcheur qui est encore celle d'Ulysse à côté des chalutiers dévastateurs des fonds marins ou des énormes pétroliers. C'est s'immerger dans l'archaïsme des mondes insulaires et s'étonner devant l'extrême jeunesse de très vieilles villes ouvertes à tous les vents de la culture et du profit, et qui, depuis des siècles surveillent et mangent la mer ».

C'est dans ce contexte d'extrême bouillonnement, de brassage et métissage que doit se développer le projet ODYSSEA. Le nom choisi inscrit ce projet sous l'égide de l'un des premiers monuments poétiques de l'humanité. Après le récit épique de l'Iliade de la catastrophe initiale de la guerre de Troie, où l'affrontement entre deux civilisations s'achève par le triomphe de la Grèce sur les Minoens, l'Odyssée narre les pérégrinations du seul Ulysse qui remonte le temps et l'espace de la Méditerranée, île par île, escale après escale, pour revenir enfin à Ithaque et retrouver son épouse dans son île-royaume, son point de départ.

Comme le souligne le poète-ambassadeur du Liban Salah Stétié, « il ne faut jamais désespérer du retour d'Ulysse » (2), même si dans sa longue errance, il est confronté aux multiples périls du voyage sur mer et de la rencontre de l'Autre, souvent hostile. Modèle d'intelligence et de ruse, héros de la « métis » chère aux Grecs, Ulysse aux mille tours sait déjouer les destins contraires car il est le protégé d'Athéna, déesse civilisatrice par excellence, qui fait triompher la Raison ; (le Logos) sur les passions et les lois de la justice sur les conduites barbares.

Par ailleurs, si la Grèce a détruit Troie, après une autre errance, racontée par Virgile dans l'Énéide, les Troyens vaincus vont contribuer à la fondation de Rome sur le versant occidental de la Méditerranée. Notre civilisation européenne est imprégnée de ces sources gréco-latines.

On peut donc estimer qu'après l'explosion de la violence initiale contre l'Autre « hostes, hostis » - Etranger, ennemi, la formule qui se décline dans toutes les langues méditerranéennes - le soleil est généreux, la place rare - « même si cela peut parfois prendre des siècles, l'histoire de la Méditerranée montre toujours une victoire de la convergence, puis de l'unité, où chacun s'enrichit de la richesse de l'autre » (3).

Vision optimiste sans aucun doute devant l'ampleur de certains conflits actuels, sans cesse réactivés, mais cet optimisme de la raison est la base nécessaire de toute action, et de la nôtre en particulier.

Le projet ODYSSEA s'inscrit donc dans une perspective de longue durée, promettant la victoire en dépit des périls. Il évoque aussi la nécessité d'un retour au lieu des origines, afin de faire un bilan sur les expériences vécues. Enfin, il affiche tous les espoirs d'une mission civilisatrice, qu'une actualité brûlante rend plus que jamais nécessaire.

La Méditerranée civilisatrice

Dans ce très vieux carrefour de la Méditerranée, en perpétuel devenir, le métissage paraît donc s'imposer comme une nécessité permanente. On peut donc observer un double mouvement d'échanges, apports intérieurs, ou mouvement vers l'extérieur.

Au fil des siècles, il est aussi remarquable d'observer combien les Méditerranéens n'ont cessé d'aller à la découverte des autres, repoussant sans cesse les frontières de leur espace, à l'affût de nouvelles richesses à acquérir, et de nouveaux territoires où colporter leurs savoirs et leurs techniques. Ce sont des voyageurs, des curieux, des explorateurs.

Sans doute est-ce dû à l'esprit de ces deux inventions majeures qui permirent d'emblée de raccourcir les distances entre les hommes. Les Phéniciens mirent au point l'alphabet, formidable instrument de communication et de commerce, appelé à l'avenir que l'on sait. Par ailleurs, ces marins avisés furent aussi les premiers à délaisser le cabotage pour oser la navigation directe, se guidant d'après l'Etoile polaire pour gagner de nouveaux rivages fort éloignés.

On ne s'étonnera pas que leurs descendants soient ces marins intrépides Génois, Vénitiens, Grecs, Espagnols, Portugais - faut-il rappeler les noms de Marco Polo, Ibn Khaldoun, Colomb, Vasco de Gama, Vespucci ou Cabral, hommes d'exception, hors catégories, selon la définition de Platon - « Il y a trois espèces d'hommes, les vivants, les morts, et ceux qui vont sur la mer » - ? Ces premiers grands marins sont tous méditerranéens.

Ces voyageurs ont notamment contribué à introduire dans le paysage méditerranéen bien des denrées venant d'ailleurs, parfois de très loin.

Braudel rappelle qu'à l'exception de l'olivier, de la vigne, et du blé la plupart des plantes méditerranéennes viennent d'ailleurs (1). Les Arabes ont rapporté les agrumes (citrons, mandarines..) d'Extrême Orient, les tomates viennent du Pérou, les aubergines, d'Inde, les piments, de Guyane. Quant aux cyprès, ils sont persans, les eucalyptus, australiens et les cactus, agaves, aloès, et figuiers de barbarie sont américains.

Pourtant tous ces éléments ont été profondément intégrés dans un paysage méditerranéen au point qu'ils en apparaissent aujourd'hui comme les signes constitutifs. Peut-on imaginer une cuisine italienne sans tomate ni aubergine ou la campagne toscane si bien dessinée sans les lignes sombres de ses cyprès ?

Par ailleurs, ces voyages ont contribué à étendre le rayonnement de la Méditerranée bien au-delà de son espace. Salah Stétié se dit impressionné de voir combien « ce petit rectangle bleu presque imperceptible sur la mappemonde » manifeste un rayonnement philosophique et spirituel qui s'est étendu au monde entier, et qui apparaît toujours aussi vivace depuis plus de deux mille ans. « Partout dans le monde où l'on parle aujourd'hui de Moïse, de Jésus, de Mahomet, ainsi que, par ailleurs, de Démocrite, d'Empédocle, de Socrate, de Platon ou d'Aristote, d'Ibn Arabi, d'Ibn Rochd ou de Maïmonide, on est toujours en Méditerranée. Cela fait beaucoup de taches bleues sur le planisphère »(2).

Il évoque aussi l'apport décisif pour le monde des éléments constitutifs de la science, les Grecs et les Arabes ayant défini les principes de la géométrie et de l'algèbre, de la chimie, des sciences naturelles, de l'expérimentation scientifique et de l'astronomie.

L'influence de cette Méditerranée intellectuelle, spirituelle et scientifique à l'échelle planétaire élargit considérablement le champ d'action de son seul espace géographique.

Ces éléments d'échanges constants avec le reste du monde impliquent qu'il faut se garder de considérer cet espace si vivant comme un simple musée ou un grand complexe archéologico-touristique. Toute cette histoire profondément imprégnée dans le quotidien des peuples de la Méditerranée contribue à nourrir notre imaginaire.

D'autant plus que cet imaginaire est aussi largement façonné par les œuvres des artistes qui ont célébré la Méditerranée, lui conférant ainsi, selon la belle métaphore du poète grec Georges Sféris, le rayonnement « d'un soleil plus grand que la lumière ».

L'attraction de la Méditerranée sur les artistes – « l'Eden retrouvé »

Au fil des siècles, le voyage des artistes et écrivains en Méditerranée a largement contribué à diffuser toute la séduction de ces paysages et de ses coutumes et la circulation de leurs œuvres a imposé une image puissante, ô combien attractive de la Méditerranée. Elle apparaît le plus souvent comme « l'Eden retrouvé ».

On ne compte plus les peintres, musiciens, écrivains venus d'ailleurs qui ont vécu sur place cet éblouissement de la lumière et des contrastes violents ombre/lumière, ainsi que la confrontation à un monde régi par d'autres lois, Delacroix découvrant son « Orient » au Maroc, « l'étourdissement des ruines et des sites » de Flaubert dans « L'éducation sentimentale » ou « Salammbô », Bizet composant sur les amours de Carmen et de Don José à Séville l'opéra le plus populaire au monde, Klee qui choisit d'être peintre en Tunisie, au contact de la couleur, Lawrence Durrell exaltant le « Quatuor d'Alexandrie » ou le romancier américain Paul Bowles s'installant pour écrire à Tanger son « Thé au Sahara »...

Ces échanges artistiques se font de façon continue mais on peut marquer certaines étapes historiques, comme autant de moments charnières.

Sans entrer ici dans le détail des « Croisades » et hors chemins de pèlerinage (étudiés par ailleurs dans les itinéraires culturels européens), nous ne donnerons ici que les grandes lignes de ces étapes chronologiques.

Le rayonnement artistique de la Méditerranée / grandes étapes chronologiques du retour à l'antique et de l'exaltation du baroque

+ Fin XVe – XVIe siècles : Diffusion des idéaux de la Renaissance italienne en France et dans toute l'Europe à partir des guerres que mènent les Français en Italie à partir de 1494 pour reconquérir leurs territoires.

La Renaissance, c'est l'affirmation d'une nouvelle image de l'homme, de sa « dignité », à partir d'une relecture des textes de l'Antiquité gréco-romaine, du « Beau idéal » selon Platon (nouvelles traductions) magnifié par les humanistes florentins autour des Médicis, (Marsile Ficin puis Pic de la Mirandole) et exalté par les chefs-d'œuvre des artistes à Florence (Masaccio, Brunelleschi, Alberti, Donatello, Botticelli, Piero della Francesca, Leonard, Raphael, Michel Ange / ces deux derniers rejoignant Bramante à Rome, autre grand foyer de la Renaissance.

François 1er fait venir Leonard de Vinci en France, puis Rosso Fiorentino et Le Primatice qui décorent le château de Fontainebleau en peignant affresco selon les techniques italiennes (création de l'Ecole de Fontainebleau en peinture) et aussi Benvenuto Cellini qui travaille aussi au Château d'Ecouen (actuel musée de la Renaissance).

Parmi les poètes de « la Pléiade », Du Bellay séjourne à Rome.

Rubens l'Anversois séjourne et peint à Gênes ou à Venise. Il assiste aussi à Mantoue à la création du tout premier opéra, l'Orfeo de Monteverdi.

+ Dès le XVe, nombreux échanges entre les artistes du Nord et du Sud sur les techniques picturales et musicales :

- La peinture à l'huile des Flamands et la peinture affresco des Italiens (rôle de Van Eyck ; Antonello da Messina, Leonard de Vinci, etc.

- L'harmonie et le contrepoint des Franco-flamands s'enrichissent du sens de l'improvisation et la mélodie des Italiens /à Naples, Rome, Florence. Au XVe siècle, Guillaume Dufay vient composer à Florence, au temps de Cosme de Médicis, puis Heinrich Isaac sera le grand musicien de la cour de Laurent le Magnifique.

Quant à Josquin des Prés le Picard, il travaille à la cour des Sforza à Milan.

+ XVIe – XVIIe / diffusion de l'esthétique baroque à partir de la Contre Réforme (Concile de Trente 1545-51) dans toute l'Italie, notamment dans les états du Pape (Le Bernin, Borromini). Cette esthétique va se répandre dans l'architecture et la peinture de toute l'Europe du Nord.

Grande importance du rôle des Jésuites dans la diffusion du baroque en Amérique latine par le biais des conquêtes espagnoles.

1666 : la création de l'Académie de France à Rome pour permettre aux artistes lauréats du Prix de Rome de se confronter sur place aux chefs-d'œuvre de l'Antiquité et de la Renaissance. Ce dont témoignent les œuvres des plus illustres pensionnaires. Parmi les peintres, citons Poussin, Le Lorrain, Horace Vernet, Ingres, Corot, dont les œuvres vont créer la fascination pour l'antique et pour la lumière méditerranéenne.



Claude Le Lorrain, Port de mer avec la Villa Médicis, 1638

Parmi les musiciens, Berlioz compose son grand œuvre « Les Troyens » à partir de l'Eneïde, mais aussi des œuvres d'inspiration italienne Benvenuto Cellini ou « Harold en Italie ». Quant à Bizet, bien que Prix de Rome, il ira chercher en Andalousie le personnage de sa célèbre Carmen – pour autant, bien méditerranéenne.

XVIII^e : la redécouverte d'Herculanum et de Pompéi (1748) joue un rôle capital dans l'histoire européenne :

Le XVIII^e siècle est celui de la redécouverte de l'Antiquité, le passé n'est plus terre étrangère (4) (travaux d'Alain Schnapp, professeur d'archéologie).

Dans la baie de Naples, dominée par le Vésuve, les villes d'Herculanum et Pompéi sont exhumées de leur linceul de cendres volcaniques. Au lieu de quelques ruines isolées, deux villes ensevelies depuis dix-sept siècles s'offrent entières à l'exploration. Une révolution. « Toute l'Europe intellectuelle, Diderot, Voltaire, tout le monde en a été ébranlé ».

D'autant plus que l'historien d'art allemand Winckelmann devenu antiquaire des Papes, découvre aussi les fouilles de Pompéi. Dans son « Histoire de l'art de l'antiquité, contre le baroque et le rococo, il prône le retour à l'Antique, « la noble simplicité et calme grandeur de l'art grec », une esthétique d'idéalisation de la réalité, conditionnée par « la liberté politique et la démocratie ».

D'où son influence sur les députés de la Convention en particulier. Ils s'inspirent des traités de l'histoire romaine pour rédiger la constitution de la 1^{ère} République de la société nouvelle, mais les principes néo-classiques de l'esthétique grecque leur apparaît comme un modèle à adopter, l'image même de la vertu antique des pères de notre civilisation, à l'origine de la démocratie.

+ A partir de la fin du XVIII^e siècle, le voyage d'Italie devient le critère de la formation intellectuelle et artistique de l'Europe cultivée

En France, Montaigne avait ouvert la voie dès la fin du XVI^e avec son « Voyage d'Italie », mais à partir du XVII^e et surtout de la fin du XVIII^e (à cause de Pompéi), on ne compte plus les écrivains et voyageurs qui vont parcourir l'Italie et jusqu'en Grèce, en tenant un journal précis et pittoresque de leurs observations qui sont aujourd'hui de vrais documents d'investigation tandis que les romans enflamment l'imagination de leurs lecteurs.

Cf. le Président de Brosses, le marquis de Sade, Rousseau, Byron, Shelley, Goethe après Winckelmann, Madame de Staël, Chateaubriand, Nerval, Lamartine, Alexandre Dumas (qui se fit nommer superintendant des fouilles de Pompéi), Stendhal l'un des plus célèbres, Gautier, etc.

+ 1797-99, l'expédition du Général Bonaparte en Egypte, qui pour la première fois s'adjoint une Commission de 150 savants recrutés par Monge.

Un échec militaire mais un succès scientifique aux répercussions considérables, grâce à la création au Caire d'un Institut d'Egypte, (base de l'actuel) (5), la découverte de la pierre de Rosette dont les hiéroglyphes seront déchiffrés par Champollion et la publication à partir de 1802 et sur trente ans de la monumentale « Description de l'Egypte ».

La Description de l'Egypte et son influence : dans ses vingt volumes dont dix de cartes et de planches réalisées par une centaine d'artistes (et trois fois plus de graveurs), sont déployées les observations des savants sur les Antiquités, l'Histoire naturelle et l'Etat moderne en Basse et Haute Egypte : un monument de la connaissance scientifique qui fait date car il fonde l'égyptologie (6) et son impact dépasse la France car toute l'Europe va bientôt s'intéresser de façon durable au passé pharaonique et à tout ce qui touche à l'Orient.

Par ailleurs, même si ce siècle d'expansion coloniale semble démontrer l'inverse, l'ensemble des observations de cette Description ouvre la voie à une forme de recherche ethnographique, à l'encontre d'une vision impérialiste dominatrice. En étudiant le fonctionnement et les données économiques de l'état égyptien de l'époque, les savants ont mis en valeur d'autres valeurs que celles des sociétés d'Occident. Mais ce n'est qu'un début.

L'exaltation de la lumière méditerranéenne :

+Le voyage de Delacroix au Maroc(1832) : la découverte de « son Orient ».

Delacroix part pour le Maroc dans le cadre d'une mission pacificatrice auprès du Sultan Moulay Abd-er-Rahman (ayant conquis l'Algérie deux ans plus tôt, le roi Louis Philippe veut s'assurer de sa neutralité).

La mission débarque à Tanger et va jusqu'à Meknès, la capitale d'alors.

Pour le jeune peintre romantique qui ne connaît pas l'Italie, c'est le choc d'une découverte de « l'Antiquité vivante », une civilisation intacte, un peuple non travesti par l'académisme. « C'est beau comme au temps d'Homère, les Romains et les Grecs sont là à ma porte ». . . « je vois des Caton des Brutus, auquel ne manque même pas l'air dédaigneux que pouvaient avoir les maîtres du monde » Et puis, c'est l'enchantement des couleurs : « c'est un lieu fait pour les peintres . . . le beau court les rues. . . la vie dans ce pays du Midi est doublée de la sensation du plaisir de l'air et de la lumière » (7).

Se sentant comme dans un rêve, dans cette « fête pour les yeux », Delacroix cherche à tout capter, crayonne sans cesse, part ensuite pour l'Algérie et l'Andalousie, à son retour en France cinq mois plus tard, il ne rapporte pas moins de sept carnets de notes, dessins, aquarelles : toute la matière de son œuvre à venir.

Ce voyage du peintre majeur de l'école romantique va avoir une importance considérable sur le courant orientaliste des peintres et des écrivains du XIXe siècle.

+ Le courant orientalisme du XIXème.

Les origines de ce courant remontent en réalité aux Croisades, au Moyen Age, et l'influence de l'ornementation orientale se manifeste aussi dans le style rococo, mais le XIXe siècle est le véritable âge d'or de l'orientalisme.

Pour « trouver du nouveau », les écrivains gagnent des horizons plus lointains de la Méditerranée, Chateaubriand refait « l'itinéraire de Paris à Jérusalem » ; Flaubert découvre l'Égypte, Jérusalem et Constantinople et Carthage pour écrire Salammbô ; Pierre Loti, officier de marine et surtout écrivain vit un temps en Turquie et descend en Égypte.

Leurs livres ou les tableaux de Delacroix, Ingres ou Gérôme (pour la seule France) ont habitué l'œil au spectacle de déserts grandioses, de villes blanches écrasées sous le soleil, de cavaliers fiers et ombrageux, ou de harems fantasmés, peuplés de femmes richement parées ou d'opulentes odalisques au bain, d'une troublante sensualité orientale (8).

La lecture critique d'aujourd'hui montre combien ce courant orientaliste, sensible chez bien des peintres et écrivains européens est indissociable de l'expansion coloniale européenne.

+ La diffraction de la lumière méditerranéenne : voyages à Venise de Turner ou plus tard des peintres de l'impressionnisme Renoir ou Monet.

On connaît l'importance de Turner comme précurseur de l'impressionnisme.

A Venise où il séjourne à trois reprises (1819, 1833, 1840), le peintre de la lumière va réussir à dissoudre les formes précises de ses paysages et de l'architecture antique. En observant cette ville unique au monde, à laquelle l'omniprésence de l'eau confère une atmosphère spécifique, il va peindre la lumière comme une masse chromatique, toute en vibrations, chaude et enveloppante.

Après Turner, viendront à Venise aussi Whistler un autre précurseur, en 1879-80, et les maîtres de l'impressionnisme, dont Renoir en 1881, puis Monet (1908) (9).

+ La Méditerranée « l'Eden retrouvé » par les peintres.

Courbet, premier peintre qui découvre la Méditerranée Palavas, 1854.

Il peint un homme devant le ciel et la mer dans leur simple grandeur, ni arbre, ni portique, ni allusion antique, sous le seul effet de la commotion devant une mer qui lui donnait les mêmes émotions que l'amour (10).

Mais dans les années 1880, c'est Cézanne qui va attirer les peintres du Nord vers la lumière du Sud. Au retour d'Algérie, de Naples et de Venise, Renoir vient s'installer auprès de lui à l'Estaque en 1882 et commence à installer dans la végétation de Cagnes des lavandières, nymphes et déesses intemporelles.

Ensuite Monet persuadé d'abord qu'il n'aimerait pas le midi, s'installe à Bordighera « dans un pays féérique » mais « terriblement difficile à peindre » : « il faudrait une palette diamants et de pierreries » dit-il, affolé par la luminosité.

Puis viendront Signac, Cros et Maurice Denis à Saint-Tropez et à Cassis qui s'inspirent des paysages pour peindre des tableaux montrant des scènes édeniques, hors du temps.

+ Et la lumière devient couleur / Van Gogh, Gauguin :

Van Gogh vient dans le midi en 1888 pour « voir enfin ce soleil plus fort », pour comprendre l'exécution des tableaux de Delacroix, « parce que les couleurs du prisme sont voilées dans la brume du Nord ». Et il veut y rester car il sent qu'il faut « outrer la couleur encore davantage ». « Le ciel du midi et la Méditerranée bleue provoquent un orangé d'autant plus intense que la gamme des bleus est plus montée de ton » (10). Van Gogh et ses couleurs tranchantes, ou son obsession de la couleur jaune.

De même Gauguin, qui rejoint Van Gogh à Arles, ne cesse d'intensifier sa palette. Avec lui, même le gris se mue en couleur « un tronc d'arbre de couleur locale gris bleuté devient bleu pur, la mer bleue aura un bleu plus intense que le tronc d'arbre gris devenu bleu pur mais moins intense ».



Courbet, La mer à Palavas, 1853

+ L'âge d'or du décor mural et la prépondérance d'une représentation grandiose de la Méditerranée et de ses mythes antiques.

« Marseille porte de l'Orient » par Puvis de Chavannes (1865) /

Ou la naissance de la pensée scientifique sur ses rivages (Lucrece) /décor de l'amphi Jean Perrin de l'Ecole nationale supérieure de chimie par Ménard

Ou les décors du « Paradis terrestre » peints par Bonnard (villas privées.)

Apothéose avec la rénovation de la gare de Lyon en 1901, et la décoration des salons du P.L.M. exaltant la côte d'Azur et la Riviera.



Turner, Looking East from the Giudecca sunrise, (1819)

+ La révolution du soleil, « beauté, santé, chaleur » et la naissance du tourisme (10).

Favorisé par le train Paris-Lyon Marseille qui permet d'accéder aux rivages méditerranéens désirés, on observe un net changement d'attitude vis-à-vis du soleil, de la vie au grand air et des bains de mer dont on exalte les bienfaits sur le plan hygiénique et médical.

Importance du thème des baigneuses en peinture.

Les artistes, avec leurs déplacements saisonniers deviennent eux aussi des « oiseaux migrateurs ».

Leurs séjours à Collioure, Saint-Tropez ou l'Estaque font de ces petits ports de hauts lieux de la peinture indépendante du début du siècle

+ 1905. Collioure et l'invention du fauvisme avec Derain et Matisse / les couleurs, « des cartouches de dynamite, qui déchargent de la lumière ».

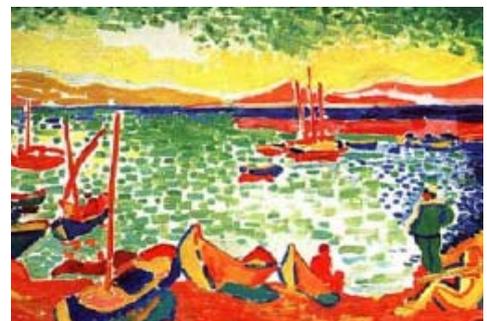
Au contact de la lumière méditerranéenne, la voie ouverte notamment par Van Gogh et Gauguin conduit les artistes plus jeunes à plus de violence encore.

Le terme de « fauvisme » résulte du scandale provoqué par Matisse exposant au salon des indépendants de 1905 sa « Femme au chapeau ». Ses couleurs stridentes font hurler, mais le collectionneur Leo Stein achète le tableau.

Pourtant Matisse la peint à son retour de Collioure où il séjourne avec Derain en 1905. Leur découverte des tableaux de Gauguin. Ils expérimentent « la couleur pour la couleur ». Un séjour- choc pour le peintre du Nord né au Cateau-Cambrésis. Aussi pour Derain. La couleur devient fauve.

Pour Derain, c'est la découverte d'une « nouvelle conception de la lumière... ici, c'est la négation de l'ombre ». Le fauvisme devient alors « l'épreuve du feu » et les couleurs sont « des cartouches de dynamite ; elles doivent décharger de la lumière »

(lettre à Vlaminck, 1905) (10)



Derain, Le port de Collioure, 1905

+ Les voyages au Maroc et Algérie de Matisse (1912 et 13) ou de Paul Klee en Tunisie (1914).

Matisse continue ses recherches au Maroc, puis en Algérie, ce qui accroît son goût pour les corps opulents et les couleurs chaudes. Il s'installe définitivement à Nice à partir de 1914 jusqu'à sa mort en 1954. Réalisation de la chapelle de Vence.

Le voyage de Klee en 1914 en Tunisie est capital. Parti avec le peintre Macke, il vit une véritable mutation. Il se dit « Possédé par la couleur... je suis peintre ». Il découvre l'intensité émotionnelle de la couleur. Comme Matisse, il s'intéresse à la démarche décorative, dédaignée en Occident mais capitale dans les arts de l'Islam. Le « motif » disparaît au profit d'une perception synthétique, plus abstraite encore. Il aborde ainsi cette fusion de l'Europe et de l'Orient, ce « troisième style » qui caractérise en effet bien des œuvres de la modernité.

Ainsi ces approches très personnelles de Matisse et de Klee renouvellent radicalement l'orientalisme. Et d'une certaine manière, ils y mettent fin en lui donnant une toute autre signification. (8)

+ Picasso, Mirò, le voyage des Méditerranéens à Paris.

Picasso l'Andalou, et plus tard Mirò le catalan viennent à Paris.

Le premier retour de Picasso à l'esthétique classique / influence de statuaire grecque antique.

Un demi-siècle de révélations picturales. En gros, entre 1860 et 1920, les artistes s'entraînent les uns les autres vers ces rivages méditerranéens.

On verra aussi Braque à la Ciotat et à l'Estaque (en hommage à Cézanne qui vient de mourir en 1906), ou encore Dufy, Mangin, Camoin, Puy ou Marquet.

Kupka le tchèque va à Saint Raphaël et Soutine passe trois ans à Céret.

Bonnard voyage entre différents sites de la Côte et réside surtout au Cannet où il passe les vingt dernières années de sa vie à interroger les toits rouges et la lumière qui incendie les mimosas. Il y a aujourd'hui un musée.

La Méditerranée cesse d'être pour les peintres un lieu de révélation picturale. L'éblouissement initial est intégré, mais plus que jamais certains tableaux donnent l'impression de chaleur, de lumière et de plénitude.

L'Eden retrouvé : les « Fenêtres ouvertes à Collioure » de Matisse. . .

« Elle est retrouvée ! Quoi ? L'éternité ! C'est la mer allée avec le soleil » chantait Rimbaud. Cette éternité-là, on la touche du doigt en Méditerranée.

Le XX^e s. : un discours scientifique sur la Méditerranée :

En conclusion, et sans entrer autrement dans l'abondance du XX^e siècle, à ce point du projet, je ne retiens pour la Méditerranée que deux démarches fort différentes.

+ Fernand Braudel et la Méditerranée :

Ce Lorrain envoyé comme professeur d'histoire au Lycée d'Alger la blanche découvre la lumière méditerranéenne.

Son exploration systématique des archives des ports de la Méditerranée pour recueillir toutes les données économiques nécessaires à la constitution de son histoire. La Méditerranée, c'est d'abord sa thèse qu'il rédige de mémoire en captivité pendant la guerre, et qui sera publiée d'abord en 1949.

Il participe aussi à l'Ecole des « Annales » créée par Marc Bloch et Lucien Febvre et crée en 1947 la 6^{ème} section (économique) de l'Ecole pratique des Hautes Etudes qui deviendra l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences sociales.

+ Edward Said et l'Orientalisme. Cet intellectuel palestinien né à Jérusalem a enseigné jusqu'à sa disparition en 2003 la littérature anglaise et la littérature comparée à l'université de Columbia à New-York.

Son essai sur l'Orientalisme (1978) a eu un succès retentissant (traduit en 35 langues) car il critique l'impérialisme culturel de l'Occident à partir d'une analyse de l'histoire du discours colonial sur les populations orientales sous domination européenne. Selon lui, l'orientalisme est un échange dynamique entre des auteurs individuels et de vastes entreprises politiques formées par les empires britannique, français et américain sur le territoire intellectuel et imaginaire.

Sujet inépuisable. Les débats sont ouverts.

(1) Fernand Braudel, « La Méditerranée, l'espace et l'histoire », Arts et métiers graphiques 1977, et Flammarion, 1986

(2) Salah Stétié « Culture et Violence en Méditerranée » Imprimerie nationale, 2008

(3) Salah Stétié, « Interrogations et perspectives » Conférence inaugurale, sur le projet d'Union pour la Méditerranée -U.P.M., CEREM, fév. 2009,

(4) Alain Schnapp « La Conquête du passé : aux origines de l'archéologie », Livre de poche, 1998.

(5) En grande partie détruit par un incendie par un attentat à la mi-décembre 2011, avec une bonne partie des 200.000 volumes qui y étaient conservés, dont l'un des exemplaires originaux de la Description de l'Égypte.

(6) Francine MASSON, directrice de la Bibliothèque de l'École des Mines de Paris.

Paru dans ABC Mines, déc. 1997 (N° 12).

« Delacroix : Voyage au Maroc » par Arlette Sérullaz, Maurice Sérullaz, Maurice Arama, 1994, nouvelle édition Flammarion 2001

(7) Catalogue de l'exposition RMN et ville de Marseille « L'Orientalisme en Europe, de Delacroix à Matisse », présentée successivement à Marseille, Bruxelles, Munich, 2010-2011

(8) « Monet à Venise » Philippe Piguet, Herscher, 2008

(9) Françoise Cachin, dans catalogue de l'exposition « Méditerranée, de Courbet à Matisse, RMN, au Grand Palais, automne 2000.

(10) Françoise Cachin, dans catalogue de l'exposition « Méditerranée, de Courbet à Matisse, RMN, au Grand Palais, automne 2000.

Pascale Lismonde : mon implication personnelle dans ce projet

Ma proposition résulte d'un ensemble de recherches menées depuis plus de trente ans dans les principaux pays du pourtour de la Méditerranée. Les toutes premières découvertes in situ furent fascinantes pour une femme des brumes du Nord (née à Lille) : l'héritage de la Grèce antique, l'extension de l'empire romain, ce déploiement des arts et de l'architecture et par-dessus tout, la lumière étincelante sur le miroir de la « Grande bleue ».

On connaît les vers de Rimbaud :

« Elle est retrouvée ! Quoi ? L'éternité !

C'est la mer allée avec le soleil ».

Cette éternité-là, on la touche du doigt dans l'espace de la Méditerranée.

Ce fut comme un appel. A partager.

Pendant vingt ans, par le biais d'émissions pour France Culture sur l'histoire des arts et des idées ainsi que de livres sur les grandes villes italiennes, j'ai choisi de faire connaître l'inépuisable richesse artistique et culturelle de la Méditerranée.

Exposé à très grands traits, ce projet condense donc tout un ensemble de réflexions où l'histoire tient nécessairement une part très importante car elle seule permet d'élucider les problèmes du présent. Une actualité toujours brûlante en Méditerranée.

Pascale LISMONDE

LES MEMBRES DE LA TASK FORCE ODYSSEA

Mission interministérielle Union pour la Méditerranée

- Gilles Pennequin, Responsable du développement urbain et territorial
- Julia Jordan, Chargée de mission Développement durable, Mer et Agriculture

Conseil culturel de l'Union pour la Méditerranée

- Renaud Muselier, Président, Ancien Ministre, Député des Bouches-du-Rhône
- Philippe Castro, Secrétaire général
- Michel Sala, Chargé de mission

Ministère de la Culture et de la Communication

- Marie-Paule Sans-Chagrin, Chargée de mission Tourisme culturel/Développement rural,
- Philippe-Denis Fée, Chargé de mission v
- Philippe Vergain, Conservateur en chef du Patrimoine
- Herveline Delhumeau, Chargée du Patrimoine maritime et Fluvial

DGCIS, Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie

- Michel Cazaubon, Chef du Bureau des destinations touristiques (dirige la Mission d'appui interministérielle à la rédaction du Livre blanc Odyssea)
- Danièle Küss, Responsable du secteur des « affaires internationales » du Tourisme, bureau de la compétitivité et du développement des activités touristiques
- Jacques Augustin, Sous-Directeur du Tourisme
- Aurélie Ploujoux, Chargée de mission Juridique et Communautaire
- Jean-Claude Jacob, Chargé de mission
- Frédéric Battistella, Chargé de mission
- Magali Da Silva, Chargée de mission

Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, des Transports et de la Mer

- Hervé Goasguen, Chef de la mission de la navigation de plaisance et des loisirs
- Denis Clérin, Adjoint au Chef de la Mission de la navigation de la plaisance et des loisirs nautiques
- Martine Pertuis, Chargée de mission Ports

Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du Territoire

- Mikaël Quimbert, Conseiller technique chargé de la Pêche, de l'Aquaculture et de l'Outre-mer

Délégation interministérielle à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale (DATAR)

- Xavier Chauvin, Chargé de mission

Région Languedoc-Roussillon

- Didier Codorniou, Vice-Président Conseil régional, Maire de Gruissan
- Agnès Jullian, Vice-Présidente déléguée au Tourisme, Présidente déléguée du CRT Languedoc-Roussillon
- Elisabeth Barincou, Directrice Tourisme Conseil régional Languedoc-Roussillon

DIRECCTE Languedoc-Roussillon

- Franc Barreda, Mission Tourisme
- Bernard Poudevigne, Chargé de mission développement du tourisme

Fédération Française des Ports de Plaisance (FFPP) et Associations régionales

FFPP :

- Serge Pallarès, Président
- René Gaudino, Vice-Président
- Jean Toma, Vice-Président
- Grégory Goddard, Délégué général
- Matthieu Guilloto, Conseiller technique
- Mariam Tieno, Secrétaire / Assistante de direction

Union des Ports de Provence-Alpes-Côte d'Azur (UPACA) :

- René Gaudino, Président
- Véronique Tourrel, Déléguée générale, Ingénieur en environnement

Union des Ports de Plaisance de Corse (UPPC) :

- Jean Toma, Président
- David Donnini, Directeur

Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon (UVPLR)

- Serge Pallarès, Président
- Jean-Claude Méric, Représentant UVPLR, Directeur de la Station Gruissan
- Thierry Boucher, Trésorier de l'UVPLR, Directeur Port du Cap d'Agde (SODEAL)

Groupement Européen de Coopération ODYSSEA

- Serge Pallarès, Président
- Gabriel de Sandoval, Président délégué, Président de la Fédération espagnole des ports de plaisance, directeur du port de Barcelone
- Jean Toma, Vice-Président
- René Gaudino, Vice-Président chargé du secrétariat général
- Véronique Tourrel, Trésorière
- Philippe Calamel, Directeur de projet Odyssea France-Europe
- Régis Lopez Lang, Délégué Mission Odyssea Europe-UpM
- Emanuela Panke, Déléguée Italie
- Judicaël Chasseuil, Chargé de mission
- Christine Stefanini, Chargée de mission
- Sandrine Mazziotta-Bastien, Chargée de mission Coordination et Communication

Institut Européen des Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe

- Michel Thomas-Penette, Directeur
- Eleonora Berti, Chargée de mission
- Aurore Mallet, Assistante

Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable

- Bruno Carlier, Président
- Jean-Pierre Martinetti, Directeur
- Sylvain Campos, Responsable du développement et des programmes européens

NECSTouR, Réseau des Régions européennes pour un tourisme durable et compétitif

- Alice Jude, Coordinatrice
- Carlos Rul-Ian Rabassa, Communication

Réseau Anima, Investment network

- Jeanne Lapujade, Chargée de projet

Institut International de Communication (IIC) de Gênes

- Alberto Cappato, Secrétaire général

GRETA Catalogne

- Véronique Villemant, Conseillère en Formation continue

Association Nationale des Elus du Littoral (ANEL)

- Yvon Bonnot, Président ANEL, Maire de Perros-Guirec, Ancien Député
- Christine Lair, Déléguée générale

Association Nationale des Maires des Stations Classées et Communes Touristiques (ANMSCCT)

- Marc Francina, Président
- Géraldine Leduc, Directrice générale
- Sylvie Mareux, Attachée de Direction

Voies navigables de France (VNF)

- Alain Gest, président VNF, Député de la Somme
- Marc Papunitti, Directeur général
- Ségolène Ricart, Division tourisme, territoires & services

Association Città del Vino

- Paolo Benvenuti, Directeur de Città del Vino et Président du Conseil de direction d'Iter Vitis

Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon (UVPLR)

- Serge Pallarès, Président
- Jean-Claude Méric, Représentant UVPLR, Directeur de la Station Gruissan

Communauté d'Agglomération Hérault-Méditerranée

- Gilles d'Ettore, Député de l'Hérault, Maire d'Agde, Président de la Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée
- Frédérique Palmieri, Responsable des Relations Internationales, Chargée de mission Cellule Europe

SODEAL, Société de développement économique d'Agde et du Cap d'Agde

- Sébastien Frey, Président SODEAL, Conseiller général de l'Hérault, 1er Adjoint au Maire d'Agde
- Thierry Boucher, Directeur général SODEAL

ADENA, Association de défense de l'environnement et de la nature des pays d'Agde

- Renaud Dupuy de la Grandrive, Directeur ADENA, Aire Marine Protégée Posidonies Cap d'Agde

Ville de Gruissan

- Didier Codorniou, Maire de Gruissan
- Jean-Claude Méric, Directeur de Station

Ville de Saint-Cyprien

- Nathalie Pineau, 1ère adjointe au Maire de Saint-Cyprien
- Marie-Claude Padros, Adjointe au Tourisme

LE COMITÉ SCIENTIFIQUE ODYSSEA

PRÉSIDENT DU COMITÉ SCIENTIFIQUE :



Michel THOMAS-PENETTE

Directeur
Institut Européen des Itinéraires Culturels
thopenet@culture-routes.lu



POUR LE GEC ODYSSEA :

Philippe CALAMEL

Directeur de Projet du GEC ODYSSEA

MEMBRES REPRÉSENTANTS DES PAYS DE L'ACCORD PARTIEL ÉLARGI



Marie-Paule SANS-CHAGRIN

Chargée de mission Tourisme culturel/territoires ruraux
Ministère de la Culture et de la Communication
marie-paule.sans-chagrin@culture.gouv.fr



Philippe VERGAIN

Conservateur en chef du Patrimoine
Ministère de la Culture et de la Communication
philippe.vergain@culture.gouv.fr



Herveline DELHUMEAU

Chargée du Patrimoine maritime et fluvial
Ministère de la Culture et de la Communication
herveline.delhumeau@culture.gouv.fr



Zoé KAZAZAKI

Directrice Générale de la Culture Contemporaine
Ministère Hellénique de la Culture et du Tourisme
+30 2108201960
zkazazaki@culture.gr

MEMBRES

Eleonora BERTI



Docteur de Recherche en Architecture et Aménagement du Paysage
Chargée de mission Itinéraires Culturels
Institut Européen des Itinéraires Culturels
+352 24 12 50 30
eleonora.berti@culture-routes.lu



Judicaël CHASSEUIL

Géographe

Consultant expert pour le modèle développement Touristique ODYSSEA

jchasseuil.odyssea@gmail.com

Jacques HUNTZINGER

Agrégé de droit public

Ancien Ambassadeur en Israël,

Secrétaire général des Ateliers Culturels Méditerranéens

+33 (0)6 87 25 84 58

jacques.huntzinger@gmail.com



Guillaume LAGNEL

Metteur en scène

Chargé de mission à la Direction de la Culture

Ville de Perpignan

guillaumelagnel@gmail.com



Robert LANQUAR

Docteur en gestion des ressources humaines dans le tourisme

Docteur en Développement organisationnel

Journaliste et consultant

robertlanquar@yahoo.es



Pascale LISMONDE

Journaliste

France Culture

pascalelismonde@aol.com

Aurore MALLET

Master en culture et histoire de l'alimentation

Assistante sur le programme des Itinéraires Culturels

Institut Européen des Itinéraires Culturels

aurore.mallet@culture-routes.lu



Jean-Pierre MARTINETTI

Directeur Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable

jp.martinetti@cctd.eu



Sylvain CAMPOS

Responsable du Développement, de la Formation et des Programmes européens

Cité Européenne de la Culture et du Tourisme Durable

s.campos@cctd.eu

Jacques MICHAUD

Abbaye de Fontcaude

abbaye-de-fontcaude@wanadoo.fr



Sebastiano TUSA

Archéologue, spécialisé en archéologie sous-marine

Sovrintendente del Mare de la Région Sicile

Professeur de Palethnologie Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, Naples.

sebtusa@archeosicilia.it



Michel VERGÉ-FRANCESCHI

Docteur en Histoire Moderne
Direction du laboratoire d'histoire maritime
CNRS-Paris IV-Sorbonne - Musée de la marine
Professeur Université François Rabelais de Tours
mvf.tours@wanadoo.fr



Naïma YAHY

Directrice
Pangée Network
naima.yahi@gmail.com



Clara BERTRAND CABRAL

Maître en Sciences Anthropologiques
clara@cabral.com.pt



Luis Vicente ELIAS

Docteur en Anthropologie
Maître en Ethnologie
Expert Paysages viticoles
luisvicente@lopezdeheredia.com

Kyriakos KALAITZIRIS

Musicologue
Ensemble En Chordais
Thessalonique
art@enmusic.gr

Françoise PERON

Géographe
Professeur Emérite
Université de Bretagne Occidentale
francoise.peron@univ-brest.fr



Jordi TRESSERRAS

Archéologue
Professeur de management
touristique et culturel
Université de Barcelone
jjuan@ub.edu

ANNEXES

Avertissement

Les annexes du Livre blanc ODYSSEA ne figurent pas dans cette publication mais seront intégrées dans la version numérique diffusée sur le site www.odyssea.eu



LIVRE BLANC ODYSSEA
IMPRIMÉ PAR L'IMPRIMERIE CATALANE DE PERPIGNAN

ITINÉRAIRE ODYSSEE

LES ROUTES CULTURELLES DES PORTS DE LA MÉDITERRANÉE



www.odyssea.eu
www.atlas-odyssea.eu

