

# COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

Destinations Bleues d'Excellence Odyssea<sup>®</sup>  
Escale Patrimoine Phare de La Réunion – Océan Indien



**Contribuer à la politique maritime de la région La Réunion, de la France et de l'Europe,  
en matière de tourisme durable territorial, de croissance et d'économie bleues,  
par le label européen Odyssea<sup>®</sup> Tourisme Durable et Croissance Bleue**

**Mise en tourisme maritime & côtière de la destination bleue de la Côte Ouest,  
intégrée & inclusive, pour plus d'attractivité touristique, de développement économique  
pérenne, à forte valeur ajoutée, au profit des entreprises, de la cohésion sociale  
et de la durabilité du territoire**

# ODYSSEA®

1<sup>ÈRE</sup> MARQUE EUROPÉENNE  
DE TOURISME BLEU® DURABLE



La marque collective « Odyssea® » est la 1<sup>ère</sup> marque européenne de « Tourisme Bleu® Durable ». C'est un label européen riche de 6 modèles territoriaux intégrés de développement durable, économique, développés en exclusivité en France et en Europe par le Groupement Européen Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue (Société Coopérative d'Intérêt Collectif - SCIC), 1er réseau des Maires, Élus et Acteurs des Mers, Territoires et Villes Portuaires, qui caractérise l'économie bleue et porte la marque du nouveau Pôle d'excellence de « Tourisme Bleu Durable » maritime, fluvial et lacustre.

Le label Odyssea® qui s'appuie sur la géographie de la France (métropole et outre-mer) et son contrat de destination permettent le développement de nouvelles « Destinations Bleues d'Excellence » durables et inclusives dont l'objectif est de favoriser l'attractivité, la croissance bleue et l'image touristique de la France et de ses régions. Avec 18 000 km de voies d'eau, dont 8 500 km navigables (rivières, fleuves, lacs et canaux), 5 553 km de rivages en métropole, 3 332 km de rivages pour les départements d'outre-mer, 473 ports littoraux, 478 ports fluviaux et 78 ports lacustres, 1 213 communes littorales, 47 départements et 23 régions sont concernés. La France, en spécialisant son offre sur le thème de « l'Eau » par la pratique des activités nautiques, aquatiques et subaquatiques, possède un potentiel de développement touristique unique au monde. Autour d'un grand thème commun et fédérateur, notre histoire maritime, lacustre et fluviale, c'est une offre nouvelle touristique durable, territoriale et inclusive sur laquelle la Destination France, à travers ses régions et territoires, peut s'appuyer, avec pour enjeux stratégiques, l'attractivité des destinations touristiques, la compétitivité des entreprises, l'emploi non délocalisable à forte valeur ajoutée, dans le respect des populations locales, de l'environnement et de la biodiversité.

Les modèles du label européen Odyssea® (déposés à l'INPI) ont été retenus comme projet stratégique, au sommet euro-méditerranéen de l'Union Pour la Méditerranée, devant les 44 ministres européens du Tourisme, et par la Commission Européenne. Le programme Odyssea bénéficie de l'appui des États et des Régions signataires du Livre Blanc des modèles du label Odyssea® ; un réseau fort d'un label européen et d'un projet stratégique d'innovation de croissance bleue et verte autour des villes-ports et des territoires intégrés, qui concerne l'ensemble des États membres de l'Union Européenne. Odyssea® c'est d'abord une vision stratégique, économique, d'une nouvelle offre innovante de Tourisme Bleu® intégrée dans une logique de multi-destinations bleues qui caractérisent une démocratisation de l'accès aux activités nautiques, aquatiques, et subaquatiques patrimoniales, autour des Villes-Ports. Pour les institutions françaises et européennes, Odyssea est aussi un modèle territorial de Tourisme Bleu® Durable, de tourisme thématique, caractérisant l'économie bleue, intégré, dans les Objectifs de Développement Durable (ODD). Sa valeur ajoutée

vient de sa capacité à assurer la mise en réseau exemplaire des Villes-Ports, des communes associées dans les voies bleues de navigation et sur les rivages, en lien avec leurs territoires de l'hinterland. Il concrétise ainsi un nouveau territoire de projet de grande ambition et un nouveau modèle économique inclusif et d'avenir. Sa mise en œuvre implique le respect de sa charte de développement territorial durable et une plus grande solidarité entre la mer, le territoire portuaire et son territoire rural.

C'est la valorisation d'un nouvel « Or Bleu » qui contribue à la croissance et à l'économie bleues d'un territoire pour plus d'attractivité et d'emplois non délocalisables, dont les entreprises sont les premières bénéficiaires. Un réseau territorial européen connecté par les nouvelles Routes Bleues® (INPI) et ses voies bleues navigables ; reconnu par la marque collective de Qualité (Routes Bleues®), dont l'objectif stratégique est la labellisation au titre des grands Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe (avis favorable des experts du Conseil) et le classement de notre patrimoine universel et d'avenir : les mers et océans à l'Unesco (soutien du Président de la Commission nationale française pour l'Unesco). Un réseau de Routes Bleues® qui vise à promouvoir une nouvelle offre d'itinérance au fil de l'eau et de mobilité d'écotourisme bleu, original, authentique, durable, garant d'une plus grande attractivité en toutes saisons pour les Destinations Bleues® engagées et une économie Mer et Terre plus compétitive pour les entreprises et pour la création d'emplois.

Le label Odyssea® est une contribution opérationnelle à la croissance bleue qui s'organise sur le potentiel maritime de la France qui est au 2ème rang mondial avec sa Zone Économique Exclusive qui représente, à ce jour, 11 millions de km<sup>2</sup> de zone maritime, dont 80 % en Outre-mer. La ville portuaire et son port de plaisance (nautisme, croisière, services, commerces) sont identifiés depuis plusieurs années comme un levier stratégique de développement et de croissance considérable pour les Outre-mer.

Son modèle implique l'intégration des acteurs engagés dans un « Cluster économique des Destinations du Tourisme Bleu® Durable », un outil fédérateur au service de l'accompagnement des entreprises du Tourisme Bleu.

Le respect du cahier des charges du label européen impose au candidat au label l'engagement d'une coopération locale, régionale, européenne, d'une mise en réseau exemplaire et de sens patrimonial via le grand Itinéraire culturel entre Mer et Terre : « Les Routes Bleues Mer & Terre ». Des itinéraires marqués et déployés dans l'éthique et le cahier des charges Odyssea® de sa candidature au Conseil de l'Europe et à l'Unesco. Une méthodologie exclusive de mise en œuvre, approuvée et reconnue dans plusieurs programmes européens comme bonnes pratiques pour réussir la structuration et la valorisation touristiques des Destinations Bleues.



## UN TERRITOIRE À FORT POTENTIEL « BLEU » 80% DU TOURISME BLEU EST PRATiqué SUR LA DESTINATION OUEST DE LA RÉUNION

**B**erceau du peuplement de l'île de La Réunion, la Côte Ouest est la côte la plus prisée des touristes intérieurs et extérieurs. Les cinq communes qui la composent ont toutes un accès à la mer. La Côte Ouest s'étend de la Grande Chaloupe au nord, à Bois Blanc au sud et couvre les communes de La Possession, Le Port, Saint-Paul, Trois-Bassins et Saint-Leu.

Son cadre de vie, ses plages, ses paysages exceptionnels, associés à un riche patrimoine muséal et naturel, font la réputation de la destination « Côte Ouest ». L'Ouest est un territoire hautement stratégique de l'économie bleue grâce au port industriel et commercial, vecteur d'emplois et seule porte d'entrée maritime des biens et marchandises de l'île.

La démographie dynamique de La Réunion laisse espérer demain un développement favorable de l'activité portuaire et des activités de la croissance bleue, pouvant impacter le territoire par la création d'emplois directs et indirects.

La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest est le leader en matière de tourisme et d'économie portuaire pour la région La Réunion. Le Territoire de la Côte Ouest concentre plus de la moitié des établissements touristiques.

A l'abri des alizés et de la houle, ce littoral concentre l'essentiel du tourisme balnéaire et est propice à la pratique de la plaisance et des activités nautiques. L'Ouest de La Réunion possède sur son territoire 3 ports de plaisance, sur les villes du Port, de Saint-Leu et dans la station balnéaire de Saint-Gilles les Bains (Saint-Paul), gérés par le TCO.

La destination Ouest La Réunion compte plus de 1 000 anneaux (près de 70 % de ces derniers sur l'ensemble de La Réunion). 80 % de la plaisance se pratique sur la Côte Ouest. Plus de 75 % des entreprises touristiques de loisirs nautiques, aquatiques et subaquatiques sont sur la Côte Ouest.

Les lagons, paradis du snorkeling (palme-masque-tuba) et du paddle / kayak, et les plus belles plages de l'île au sable blanc ou noir, se trouvent ici.

Malgré un fort potentiel, l'économie bleue réunionnaise est cependant moins développée que dans les autres régions ultramarines, en raison notamment d'un plus faible développement du tourisme littoral : croisière, plaisance, activités de plage, hôtellerie, la restauration et toutes les autres activités touristiques dans des communes balnéaires.

**Depuis plusieurs années, la Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest souhaite repenser son développement touristique autour d'une Smart Spécialisation Bleue, pour une croissance économique de son territoire, à fort potentiel mais sous-exploité.**

**Elle a porté, depuis janvier 2019, son choix sur le programme Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue, notamment reconnu par la Commission européenne comme un exemple à suivre, dans sa « Stratégie européenne pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime ».**



# UN PROGRAMME D'INVESTISSEMENTS PLURIANNUEL 2020 – 2027 CONSTRUIT AUTOUR DU CONTRAT DE « DESTINATION BLEUE D'EXCELLENCE ODYSSEA® » DURABLE ET INCLUSIF

## 1. Un plan d'investissements productifs, innovants et éco-compatibles de croissance bleue de la ville portuaire durable.

L'objectif est de caractériser l'ambition maritime des villes portuaires du Territoire de la Côte Ouest afin de créer un environnement propice au développement économique durable, solidaire et inclusif par des aménagements urbains innovants et exemplaires. La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest et ses villes portuaires ont décidé de travailler sur un plan d'investissements sur les 7 ans à venir en relation avec les institutions et partenaires compétents, pour un développement urbain, environnemental, économique et social dont le fil conducteur est l'océan Indien (histoire, environnement, vie quotidienne...). Le TCO a fait le choix d'investir dans la Smart Spécialisation Bleue, selon les marques et modèles Odyssea®, avec des équipements innovants favorisant la croissance bleue comme le modèle « Ports de Plaisance du futur ».

## 2. Un plan de mise en économie par le tourisme bleu durable, organisée et structurée autour des villes portuaires.

Le TCO et ses villes portuaires ont décidé de travailler à la promotion de leurs sites et entreprises touristiques de l'économie bleue (pêche, aquaculture, entreprises nautiques, plaisance...) sur 3 échelles : locale, régionale et bassin de navigation. Le TCO souhaite la mise en œuvre d'un nouveau modèle d'économie bleue plus solidaire, plus éthique, plus respectueux de l'environnement, favorisant la valorisation et la promotion des cultures et savoir-faire locaux, au bénéfice des entreprises locales et de l'emploi non délocalisable.

## 3. Un plan qualité et d'accueil innovant des Destinations Bleues d'Excellence.

La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest et ses villes portuaires souhaitent, avec les « Maisons de la Mer et du Tourisme Bleu® », les Comptoirs Culturels Maritimes® (capitainerie) et les Comptoirs d'Information Maritimes® (office de tourisme), développer un nouvel accueil par les technologies de l'information et de la communication, pour une meilleure accessibilité aux activités et aux services touristiques. Cette stratégie d'accueil touristique se fera en relation avec les institutions régionales (Institut Régional du Tourisme) et l'ensemble des opérateurs touristiques.

## 4. Un plan d'Objectifs de Développement Durable et de résilience écologique grâce au concept innovant Odyssea Protect®.

Le TCO souhaite faire de son territoire un territoire pilote en matière de slow tourisme. Pour cela, la Communauté d'Agglomération mettra en place un plan stratégique de mobilité touristique

zéro émission de CO2 par la création des Éco-gares Odyssea Protect, mais aussi par la labellisation de prestataires proposant aux clientèles touristiques des moyens de mobilité douce, pour une meilleure connectivité des sites, des entreprises, par de nouvelles expériences en termes d'écomobilité touristique. Des investissements seront mis en place pour favoriser la circulation douce au sein des villes mais aussi entre ces dernières, que cela soit à terre ou en mer. Le TCO souhaite travailler plus encore sur la sensibilisation à la protection de l'environnement et de la biodiversité en développant le Passeport Vert® (ONU).

## 5. Un plan innovant d'itinérance culturelle et environnementale locale et multi-destination en lien avec les grands opérateurs touristiques : les Routes Bleues® Mer & Terre.

La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest souhaite s'inscrire plus amplement dans le bassin de navigation de l'océan Indien en devenant un pôle touristique de première importance (escale de départ et d'arrivée), par la création des Routes Bleues® multi-destination, dans le respect des normes et des règles des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe et de l'Unesco. Le TCO souhaite développer une itinérance touristique autour des 18 grands items définis par le label Odyssea® de valorisation de son patrimoine maritime et de sa biodiversité, au niveau de son territoire. Par leurs Routes Bleues®, les villes du Territoire de la Côte Ouest deviennent uniques, car fondées sur leur histoire maritime et offrant une meilleure connectivité entre les sites touristiques et les entreprises.

## 6. Un plan de marketing innovant fondé sur son identité.

La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest veut développer une stratégie de multi-destinations bleues inclusives et structurées autour d'un cluster des entreprises de l'économie bleue. Le Territoire de la Côte Ouest souhaite créer son plan marketing de smart spécialisation bleue autour de trois axes : les marques de destination et le co-branding ; le marketing d'itinérance culturelle et environnementale selon les grands opérateurs touristiques pour rendre la destination unique et le slow tourisme expérientiel selon les saisons et les filières d'excellence. A cela s'ajoute une stratégie globale digitale et print connectée avec portail web, blog voyage, réseaux sociaux, édition print 2.0, applications numériques, partenariat de promotion et de communication avec les médias print, TV et web, dans l'objectif de promouvoir la destination Ouest de La Réunion, les sites et les entreprises de la Destination Bleue d'Excellence Odyssea®, selon les 5 thématiques d'escales Odyssea (Culture et Patrimoine ; Nautique ; Saveurs et Gastronomie ; Nature et Découverte ; Sport, Santé et Bien-être).

# DESTINATION OUEST DE LA RÉUNION

## UNE « SMART SPECIALISATION » TOURISTIQUE AUTOUR DE « L'EAU »

Avec le label Odyssea® la Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest souhaite :

1. Un **Tourisme Bleu® vecteur de développement économique**, durable et inclusif pour les entreprises et l'emploi locaux.
2. Un **Tourisme Bleu® porteur d'identité maritime**, donnant aux habitants le sentiment d'appartenance à un territoire.
3. Un **Tourisme Bleu® favorable à une démocratisation des pratiques nautiques, aquatiques et subaquatiques pour tous**.
4. Un **Tourisme Bleu® inscrit et fondé sur les particularismes et avantages concurrentiels** du territoire.
5. Un **Tourisme Bleu® porteur d'image attractive** pour la destination Ouest de La Réunion.

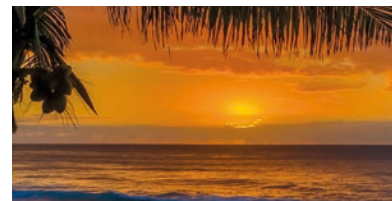
La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest s'appuie sur les valeurs ajoutées du label Odyssea® pour :

1. **Faire de sa destination une Escale « Patrimoine Phare »** des Routes Bleues de l'Océan Indien.
2. **Inscrire sa destination dans les 10 piliers du Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique®**, assurant la structuration conjointe des offres et des services (public/privé cluster entreprises) : plaisance, croisière, activités nautiques, plages...
3. **Mettre en synergie sa destination et ses prestataires touristiques**. Structurer, promouvoir et distribuer des offres, produits, services, des filières d'excellence selon les 5 thématiques d'escalas Odyssea : Nautique ; Culture et Patrimoine ; Saveurs et Gastronomie ; Nature et Découverte ; Sports, Loisirs et Bien-être.
4. **Qualifier sa destination comme un territoire durable, éthique, d'excellence et plus solidaire**. Développer les bonnes pratiques de la mise en tourisme durable des Routes Bleues Mer & Terre : meilleure connectivité vers les sites et entreprises du littoral et vers les hauts, nouvelle expérience de mobilité douce plus ludique...
5. **Garantir l'attractivité des escales au fil des saisons**. Déployer par saison avec les hébergeurs et acteurs engagés, des offres, produits et services d'excellence.
6. **Rendre unique sa destination grâce à une thématique identitaire**, définie par un marketing attractif capitalisant l'apport du digital, les avantages concurrentiels et de la valorisation de son patrimoine maritime.

Les 7 modèles territoriaux du label européen Odyssea®, appliqués au Territoire de la Côte Ouest :

1. **Modèle de gouvernance** : La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest va définir un organigramme en mode « équipe gestion de projet » pour une planification des opérations intégrées de son territoire dans une logique de Développement Local pour et avec les Acteurs Locaux et dans le modèle de la triple hélice (Université, collectivité territoriale et entreprises).
2. **Modèle d'économie bleue et de marketing d'itinérance** : Implanter un nouveau modèle d'économie de Tourisme Bleu® et de marketing d'itinérance au bénéfice de l'attractivité de la destination Ouest de La Réunion et des entreprises locales, pour plus d'économie pérenne et d'emplois non délocalisables.
3. **Modèle écologique** : Apporter une réponse aux nouvelles demandes des clientèles touristiques en passant à un écotourisme bleu Mer et Terre, dans une gestion des espaces naturels et de la biodiversité. Développer la connectivité entre les sites touristiques et les entreprises par de la mobilité douce (Eco-gare Odyssea Protect).
4. **Modèle culturel et patrimonial** : Inscrire la destination Ouest de La Réunion dans un tourisme bleu de tradition, de valorisation et de médiation de ses patrimoines, de son histoire, dans une logique d'itinérance culturelle mer & terre, par la création de « Routes Bleues® » dans les valeurs et bonnes pratiques des itinéraires du Conseil de l'Europe et de l'Unesco.
5. **Modèle temporel** : Passer d'un tourisme de masse à un smart Tourisme Bleu® sur l'ensemble de l'année, par la création d'offres et de services touristiques par saisons.
6. **Modèle spatial** : Mettre en place une nouvelle géographie du tourisme en passant du concept de station touristique du littoral au concept de « Ville-Port du futur - Destinations Bleues d'Excellence », dans une nouvelle organisation spatiale vers l'arrière-pays (mer - littoral - mi-pentes et hauts) et le long du littoral entre les villes-ports.
7. **Modèle de marque de Destinations Bleues et de marketing territorial** : Dans la mise en place du marketing territorial défini par le label Odyssea® sur le Territoire de la Côte Ouest, la marque « Cap à l'Ouest » sera co-brandée avec la marque « France », la marque « La Réunion » et la marque « Odyssea® », pour une communication internationale plus spécialisée, identitaire, responsable, sociale, éthique et solidaire.

my Blue  
EXPERIENCE



## Des aménagements exemplaires, productifs et innovants pour plus d'emplois et d'économie locale.

Les objectifs sont de **caractériser l'ambition maritime des villes portuaires du Territoire de la Côte Ouest afin de créer un environnement propice au développement économique durable, solidaire et inclusif entre les espaces géographiques de ce territoire** (mer - ville portuaire - mi-pente - cirque naturel), par des aménagements urbains innovants et de faire de la ville portuaire un espace de vie au service des populations locales et des clientèles touristiques.

Ce développement se fera en lien et en cohérence avec les documents cadres et de planification du territoire de la Communauté d'Agglomération : Plan Local d'Urbanisme, Schéma d'Aménagement Régional de La Réunion, le Schéma de Cohérence Territoriale du Territoire de la Côte Ouest, les

stratégies nationales et européennes, mais aussi en lien avec les stratégies nationales relatives à l'environnement, telles que le Livre bleu des Engagements du Grenelle de la Mer, la Stratégie nationale de gestion intégrée du trait de côte ou encore l'élaboration de la stratégie nationale pour la mer et le littoral et ses déclinaisons en documents stratégiques de façade.

Les investissements productifs, durables et inclusifs voulus par la Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest se feront en faveur de la croissance et de l'économie bleues, contribuant à construire l'avenir maritime de sa destination, en conciliant dynamisme économique, innovations (smart city) et préservation de l'environnement.



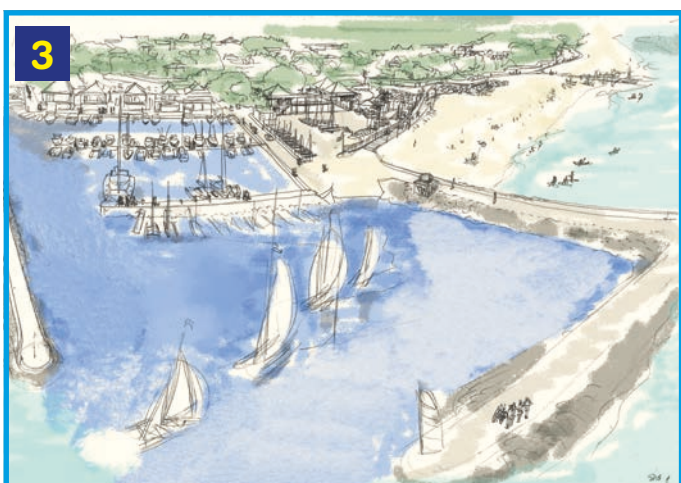
1

Réaménagement du port de plaisance de la Pointe des Galets pour en faire un espace de découverte patrimoniale et culturelle ouvert sur la mer et sur la ville, par les projets « Portes de l'océan » et « Port Center ».



2

Réhabilitation du débarcadère de Saint-Paul pour en faire une escale incontournable du nautisme sur le littoral de la Côte Ouest.



3

Requalification touristique du port de plaisance de Saint-Gilles pour une montée en gamme des offres et des services touristiques et une meilleure accessibilité aux pratiques nautiques, aquatiques et subaquatiques.



4

Réaménagement écoresponsable et extension du port de plaisance de Saint-Leu, au cœur du Parc naturel marin La Réunion.

Une mise en tourisme de la destination bleue Côte Ouest de La Réunion autour des « grands stades bleus nautiques » pour démocratiser l'accès aux activités et développer de nouvelles expériences.

A l'exemple des « stations montagne » qui proposent aux clientèles touristiques une valorisation globale de leur offre de multi-activités, le label Odyssea® souhaite **mettre en place une offre globale de multi-activités pour démocratiser l'accès aux activités et développer de nouvelles expériences nautiques, aquatiques et subaquatiques, par des investissements productifs et écoresponsables, en faveur des entreprises du Tourisme Bleu.** La gestion et la gouvernance du « Grand Stade Bleu Nautique & Aquatique® » s'appuient sur la mise en réseau des acteurs par la création du cluster du Tourisme Bleu®, Durable, la mutualisation des outils, le marketing de co-branding, la communication et la commercialisation et la promotion des offres, produits et services innovants de pratique des activités nautiques, aquatiques, subaquatiques, de plaisance et de croisière. La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest va structurer son offre de Tourisme Bleu® autour des 10 piliers du « Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique® », en développant des offres, des produits et des services, mais aussi en investissant dans des aménagements et équipements écoresponsables, productifs et pérennes à forte valeur ajoutée économique pour la destination et les entreprises du tourisme.

**Les 10 piliers « Grand Stade Bleu Nautique & Aquatique® » :**

1. Investir dans les infrastructures et les équipements productifs et écoresponsables d'accessibilité et de pratique des activités nautiques,
2. Géolocaliser et définir par les activités les Grands Stades Bleus Nautiques et Aquatiques® ainsi que les spots de pratique,
3. Développer les nouvelles activités nautiques pour préparer le tourisme bleu de demain,
4. Développer des activités nautiques écoresponsables,
5. Organiser, promouvoir soutenir et créer des événements,
6. Structurer les croisières locales et les promenades en mer comme nouvelles offres de découverte de la mer, de ses richesses patrimoniales, gastronomiques, environnementales,
7. Développer les ports de plaisance pour répondre aux nouvelles attentes des plaisanciers en matière d'accueil, d'offre et de service, d'environnement, d'art de vivre, de connaissance du patrimoine maritime local,
8. Développer l'attractivité des plages / la qualité de l'eau,
9. Organiser l'itinérance nautique du Grand Stade Bleu Nautique et Aquatique® par les Routes Bleues® de la destination,
10. Faire reconnaître les activités nautiques à l'ensemble des pratiquants et non pratiquants par un plan de communication et un marketing dédié.

**Création de 5 « Stades Bleus Nautiques & Aquatiques® » en collaboration avec les 70 entreprises, clubs et associations pour une meilleure accessibilité des habitants et des clientèles touristiques aux 30 activités nautiques, aquatiques et subaquatiques présentes sur la destination Ouest de La Réunion, par des investissements productifs écoresponsables, au profit des entreprises locales et de l'emploi.**



**Exemple d'investissements productifs écoresponsables pour la réalisation d'un Grand Stade Bleu Nautique**



**Exemple d'investissements productifs écoresponsables dans le cadre des Routes Bleues en mer**

## Les Maisons de la Mer et du Tourisme Bleu®, nouveaux pôles d'information, valorisation et médiation des patrimoines.

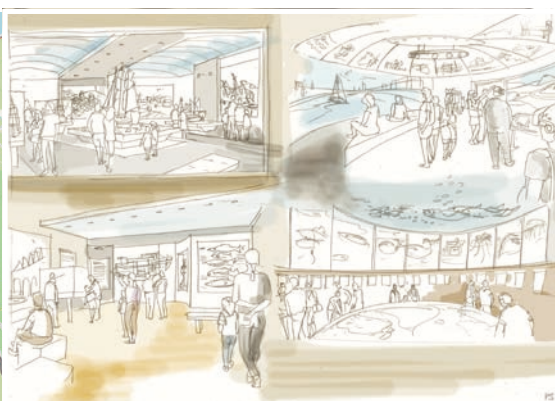
La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® a pour vocation d'être un **pôle d'accueil touristique et de valorisation de la destination, par la mise en place d'outils numériques innovants**, afin de répondre aux attentes des populations et des clientèles (plaisanciers, croisiéristes, vacanciers, résidents...). Cet aménagement a pour vocation de devenir, sur les destinations Odyssea®, **l'épicentre de l'information touristique, historique, culturelle, patrimoniale, gastronomique, maritime, environnementale.**

La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® sera conçue et pensée comme une étape incontournable pour la population et les clientèles, pour assurer à la destination une signature authentique qui valorise et distribue ses offres, ses produits et ses services touristiques. Ce pôle structurant doit permettre d'optimiser le séjour des voyageurs et leur itinérance en les orientant vers les Routes Bleues® en mer et les activités nautiques, aquatiques et subaquatiques (plus beaux mouillages, escales nautiques de lecture de paysage marin, sites de plongée, GR de la mer...), ou vers les Routes Bleues® à terre et les activités dédiées.

La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® s'appuiera sur l'utilisation de nouvelles technologies de l'image, de l'information, de la communication, pour faciliter l'accessibilité de la mer au plus grand nombre : les supports technologiques seront également pensés pour diffuser toutes les informations culturelles et patrimoniales et proposer une nouvelle expérience de visite et de découverte plus ludique, expérientielle et immersive.

### Chaque Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® sera sur la Destination Ouest La Réunion :

1. Un lieu de valorisation du patrimoine maritime, des savoirs et savoir-faire artisanaux, culinaires...
2. Un lieu de promotion et d'information touristique innovant, pour une meilleure connectivité des sites et des entreprises
3. Un point de départ vers les découvertes de la destination Ouest de La Réunion autour des Routes Bleues Mer & Terre



La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® du Port sera le lieu de découverte de l'histoire de l'île de La Réunion et du bassin de navigation de l'océan Indien, vue de la mer.

La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® de Saint-Gilles sera le lieu de découverte de l'artisanat, de la gastronomie et des filières d'excellence locales.



La Maison de la Mer et du Tourisme Bleu® de Saint-Leu sera le lieu de découverte de la biodiversité marine et du patrimoine maritime matériel et immatériel des pêcheurs des petits métiers.





# LABEL ODYSSEA® - PÔLE TERRITORIAL 4

## Ecotourisme et mobilité douce pour préserver et valoriser la biodiversité.

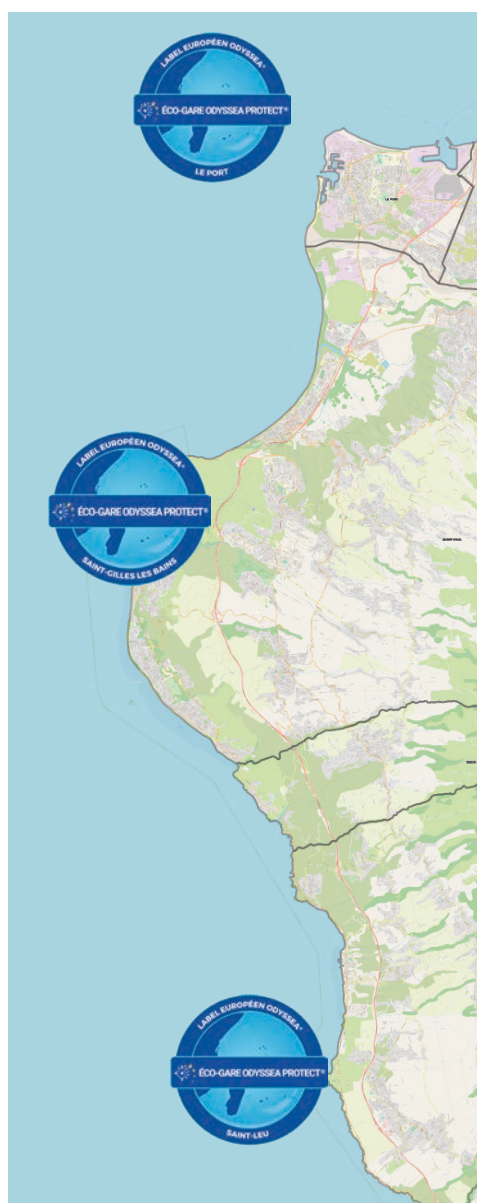
Odyssea Protect® est la stratégie de développement durable du label européen Odyssea® porteuse de nouvelles idées et d'innovations dans le secteur de l'écotourisme, dans le respect des 17 Objectifs de développement durable (ODD) de l'Agenda 2030. Par l'opération Odyssea Protect®, un travail collaboratif sera fait avec les associations environnementales, la Réserve naturelle marine, le Parc national de La Réunion...

Il intègre l'organisation de la mobilité douce et la création d'offres, de services et produits écotouristiques bleus. C'est une opération de protection, de sensibilisation et de valorisation de l'environnement et de la biodiversité dans le domaine du tourisme maritime et côtier. L'objectif de l'opération « Odyssea Protect® » est d'inventer une autre gouvernance, un nouveau modèle intégré qui assure la contrepartie environnementale à toutes les offres des opérateurs territoriaux (éco-gestes) dans une stratégie définie en complémentarité avec les actions et les sites des Parcs Naturels Régionaux, Parcs marins, des associations écologiques...

Le modèle environnemental Odyssea Protect® propose un **nouvel écosystème d'écomobilité touristique**. Cette infrastructure intelligente de plateforme multimodale, le hub Odyssea Protect®, intègre des voitures et des vélos électriques, un système digital d'information, de guidage GPS et de signalétique assurant la valorisation et l'attractivité des sites et des entreprises touristiques. L'Éco-gare Odyssea Protect® propose un service global autour d'un parc zéro émission de CO2 : voitures électriques, vélos électriques, vélos, gyropodes, navettes.

L'Éco-gare Odyssea Protect® est **une réponse opérationnelle à une montée en gamme des offres et des services de la destination, à connotation environnementale**. C'est aussi et surtout une réponse concrète aux attentes des clientèles envers une mobilité douce et plus ludique et plus expérientielle.

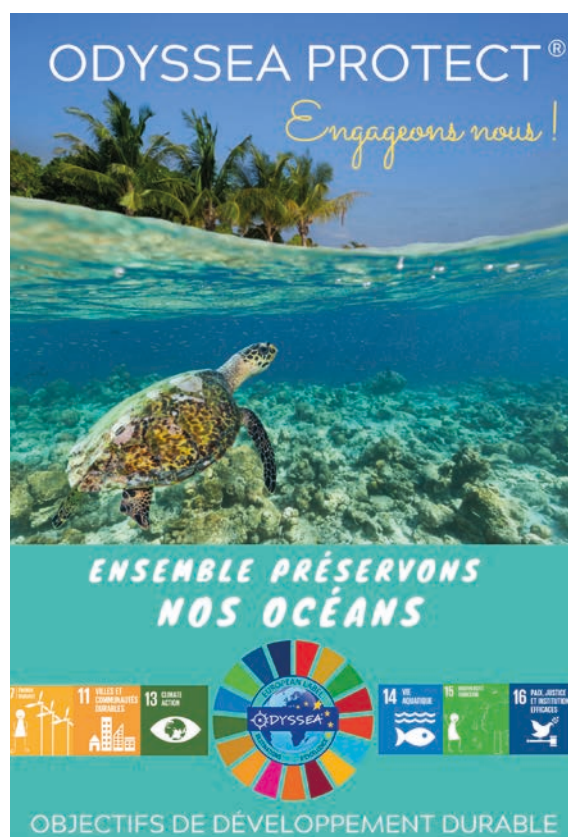
Le transport écologique est ainsi amené à dépasser sa dimension fonctionnelle pour devenir le vecteur d'une expérience touristique innovante et attractive.



La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest souhaite implanter 3 Éco-gares Odyssea Protect® dans un modèle de one way sur les ports de plaisance de la Pointe des Galets (Le Port), Saint-Gilles les Bains et Saint-Leu.

Un plan stratégique d'écomobilité touristique sera mené par le Territoire de la Côte Ouest pour définir les lieux d'implantation et les moyens de mobilité pour chaque destination en partenariat avec les loueurs, les hébergeurs...

Ce plan stratégique définira le mode de gestion, publique ou privée, de chaque Éco-gare Odyssea Protect®.



## Itinérances culturelles et nouvelles expériences de loisirs sur les Routes Bleues® mer et terre.

La Communauté d'Agglomération du Territoire de la Côte Ouest souhaite s'inscrire par le label Odyssea dans un **marketing d'itinérance touristique, facteur d'un développement économique** plus solidaire entre les communes et plus inclusif car touchant plus de prestataires touristiques. Pour cela, elle a choisi de **faire des « Routes Bleues® » un élément fort de son développement touristique.**

Le réseau des Routes Bleues® reconnaît la mer comme territoire de projet et organise un nouveau Tourisme Bleu Durable et économiquement viable, qui répond aux défis environnementaux et aux enjeux sociaux. La thèse historique proposée par le label européen Odyssea® est la suivante : Le patrimoine maritime vu de la mer peut donc être défini comme un héritage commun issu de l'histoire de chaque bassin de navigation.

Les Routes Bleues® sont des grandes itinérances culturelles de multi-destination (internationale / bassin de navigation, nationale régionale ou départementale) qui se déclinent au niveau de la destination touristique (intercommunale ou communale), sous forme de **parcours/balades** (1/2 journée maximum) **autour des 18 items du patrimoine et de la biodiversité** définis par le Comité scientifique Odyssea, permettant l'accès à la connaissance et aux récits multimédia d'héritage maritime et de navigation en mer et à terre, selon les différents types de mobilité existants et en partenariat avec les loueurs de moyens de mobilité, les « zarlors », les guides, les hébergeurs et les filières d'excellence (pêche, artisanats, producteurs locaux...).

Les parcours identifiés (nouveaux ou existants) signalent les lieux emblématiques, recensent les entreprises et les sites touristiques engagés dans la démarche (étapes / escales recommandées des Routes Bleues®), les produits d'éco-tourisme et les expériences à vivre déclinées par saisons et par typologies

de clientèles, selon plusieurs types de mobilité (préférence mobilité douce). Le réseau des « Routes Bleues® » guide les pratiquants sur les chemins de l'histoire, des saveurs, de l'art de vivre, des plus beaux sites, des patrimoines incontournables... de mer et de terre.

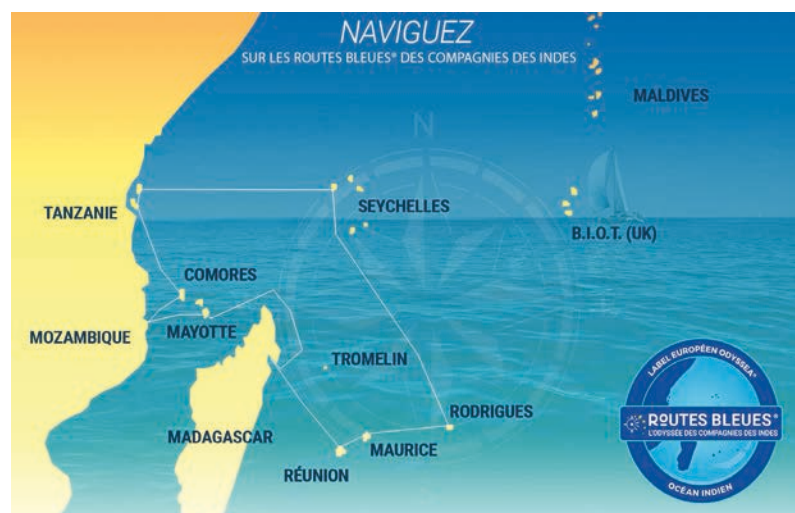
Cette nouvelle façon de voyager et de vivre au fil de l'eau intègre tout un écosystème d'innovations numériques, une signalétique 2.0, des accueils multimédias innovants, des offres et des services autour du bassin de navigation, d'activités culturelles, sportives, de loisirs sur les plages, sur l'eau : la plaisance, la croisière, la voile, plus de 30 loisirs nautiques, la pêche et les producteurs de la mer, les acteurs du tourisme (hébergeurs, restaurateurs...) associés aux Routes Bleues® (signataires de la charte).

L'objectif est de **proposer une nouvelle offre de mise en Tourisme Bleu Durable qui invite les populations locales et les clientèles touristiques à pratiquer des loisirs nautiques et aquatiques de façon plus responsable et à sillonner et pratiquer les parcours bleus autour de 5 thématiques d'escales** (Nautique ; Culture & Patrimoine ; Saveurs & Gastronomie ; Nature & Découvertes ; Sport, Loisirs & Bien-être) pour plus d'économie locale, au profit des entreprises de la Destination Bleu Ouest La Réunion.

Les Routes Bleues® propose un nouveau marketing expérientiel « My Blue Experience® » de spécification territoriale, par un storytelling multicanal, à destination des grands opérateurs touristiques, qu'ils soient institutionnels (Office de Tourisme, Comité Régional du Tourisme) ou privés (compagnies aériennes, compagnies de croisières, loueurs de véhicules...).

### Route Bleue® Mer et Terre de destination Les Routes bleues du patrimoine maritime et de la biodiversité

Mise en tourisme du sentier du littoral selon les 20 étapes des Routes Bleues® mer & terre, au bénéfice des sites et entreprises locaux, pour une mise en réseau écotouristique du Territoire de la Côte Ouest



### Route Bleue® Mer et Terre de multi-destination Les Routes Bleues des Compagnies des Indes de l'Océan Indien

Une coopération internationale qui puise son sens dans une histoire commune vue de la mer, pour une candidature au classement à l'Unesco et à la certification au titre des grands Itinéraires du Conseil de l'Europe

## Marketing territorial d'itinérance et de slow tourisme de destination bleue.

### Remettre les habitants, les entreprises, la société civile et le client au cœur de la stratégie

Le réseau Odyssea estime que la notion d'Image et de Marque sont des outils au cœur du développement local, qui sous le double effet de la mondialisation et du développement des nouvelles technologies, nécessitent une gestion plus territoriale, plus engageante, plus identitaire, plus complète et plus attentive aux marques. Nous vivons à travers nos territoires, les destinations et les marques, dans une société de consommation marchande, d'appartenance, de compétition et de concurrence.

Le « branding » correspond à toutes les actions et réflexions qu'une destination, un territoire, une entreprise, engagent dans le but de développer et de renvoyer une image positive d'eux-mêmes sur les marchés et dans leur environnement socio-économique. Il est associé à toute action capable de faire exister la marque de destination « Côte Ouest », en parfaite harmonie avec ses publics cibles et leurs attentes. Un branding bien mené créera une homogénéité, une identité, un sentiment d'appartenance, permettant à la marque de Destination et du territoire de s'introduire de manière parfaitement naturelle,

d'engager une offre en réseau et en toute transparence dans le choix puis dans la vie des consommateurs - publics (implication, fidélisation & réseaux sociaux).

Une marque de destination pour le TCO est une forme de langage tant audiovisuel, graphique que verbal, aujourd'hui multimodal (sonore, tactile, numérique...), syncrétique, qui raconte à ses destinataires, les valeurs, la promesse, l'éthique... qu'il faut attribuer au produit qu'elle désigne seule ou avec d'autres (co-branding), et auxquels elle apporte une identité, un caractère, une différence, la garantie d'une qualité, d'une origine.... Celle-ci inscrira une image « de marque » dans les représentations des produits fédérés sous la bannière « Destination Côte Ouest ».



Le branding rassemble deux principaux volets : l'identité de marque et l'image de marque du TCO. Il doit **permettre aux touristes et habitants de se repérer et de choisir les produits désignés par la destination Côte Ouest**. Il doit donc avoir des signes d'origine, de caution, d'authenticité ou de garantie. Il doit ainsi rassurer le consommateur et lui donner confiance en la qualité des produits proposés au sein de la même destination.

### Positionnement image et marketing territorial

Le marketing de marque de Destination Bleue d'Excellence

Construire la notoriété autour du bleu  
**le Festival de l'Image sous-marine à renforcer, développer et faire vivre toute l'année**

UN FESTIVAL INSCRIT DANS L'ADN DU POSITIONNEMENT ODYSSEA : INTENSE ET EXPÉRIENTIEL AUTOUR DE LA MER ET DE LA BIODIVERSITÉ !

DESTINATION CÔTE OUEST Île de la Réunion

### Positionnement image et marketing territorial

Le marketing de marque de Destination Bleue d'Excellence

METTRE EN ÉVIDENCE ET « RACONTER » LE PATRIMOINE, L'AMBIANCE ET L'UNIVERS DES EXPÉRIENCES ET SENSATIONS ENTRE MER ET TERRE ET LE RAPPORT AVEC L'EAU




DESTINATION CÔTE OUEST Île de la Réunion


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

Le choix des images et des mots expérientiels et sensoriels

Montrer des émotions | Créer l'émotion

ODYSSEA Les mots au service des images | My Blue Experience Sensoriel et expérientiel





L'EXPÉRIENCE PAR L'INFLUENCE

DESTINATION CÔTE OUEST Île de la Réunion

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


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


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

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

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

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



L'EXPÉRIENCE PAR L'INFLUENCE

DESTINATION CÔTE OUEST Île de la Réunion

# COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST

Destinations Bleues d'Excellence Odyssea®  
Escale Patrimoine Phare de La Réunion – Océan Indien



Découvrez la plateforme Odyssea  
pour le Territoire de la Côte Ouest



Découvrez le film Territoire  
de la Côte Ouest, Destination  
Bleue d'Excellence Odyssea



**COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU TERRITOIRE DE LA CÔTE OUEST**

Marie-Laure BOUTHILLON - Chargée de Mission Odyssea® Tourisme Durable et Croissance Bleue

Mobile : + 33 6 92 70 89 73 - Mail : marie-laure.bouthillon@tco.re

**SCIC GROUPEMENT EUROPÉEN ODYSSEA TOURISME DURABLE ET CROISSANCE BLEUE**

Sandrine Mazziotta-Bastien - Chargée de Coordination et Communication

Mobile : + 33 6 42 05 48 17 - Mail : sandrine.mazziotta@odyssea.eu