



# BANYULS-SUR-MER

## STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE TERRITOIRE POUR UN TOURISME DURABLE, INNOVANT, SOLIDAIRE ET INTÉGRÉ PLAN LITTORAL 21 - CROISSANCE BLEUE - HORIZON 2020

CROISSANCE ET ÉCOTOURISME BLEU BY ODYSSEA - PORT SUD DE FRANCE NAUTIQUE



Version n°1  
Janvier 2017  
**Banyuls-sur-Mer**  
**Pyrénées-Orientales**  
**Occitanie / Pyrénées-Méditerranée**



## SOMMAIRE

<b>Sommaire</b>	<b>p 3</b>
Comité de rédaction	p 4
L'objet de ce document	p 5
Document connecté 2.0	p 6
Mots clés	p 7
Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea	p 14
1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale	p 20
2. Diagnostic de territoire	p 39
3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation	p 49
4. La stratégie touristique	p 62
5. Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer	p 182
6. La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable	p 251
7. Synthèse des projets et calendrier de réalisation	p 262



## COMITÉ DE RÉDACTION

***Ce document a été rédigé dans le cadre de l'A.M.O du Groupement Européen de Coopération ODYSSEA®, en étroite collaboration avec l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon :***

- Philippe CALAMEL (Directeur) – Sandrine MAZZIOTTA-BASTIEN (Coordinatrice) – Judicaël CHASSEUIL (Chef de projet Banyuls-sur-Mer) (GEC Odyssea)
- Emmanuelle HARRY-CRESTEY (Chargée de mission UVPLR)

***Le GEC Odyssea et l'UVPLR ont bénéficié pour soutien technique :***

- du groupement Gaxieu Ingenierie, Pierre LOUIS - Ingénieurs Conseils, ASCONIT Consultants, Architectes Urbanistes

***Ce document stratégique a été rédigé sous la direction de :***

- Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer
- Alain POURSOUBIRE, Directeur Général des Services

***En accord et avec la contribution des membres du Comité Stratégique, du Comité Technique et du Comité de Pilotage :***

- Elus à la mairie
- Service communication / évènementiel
- Office de tourisme
- Port de plaisance
- Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer
- Prestataires touristiques (nautique, nature, culture, saveurs...)
- Associations locales (clubs de randonnée, associations culturelles...)
- Syndicat des AOC Banyuls et Collioure



## L'OBJET DE CE DOCUMENT

La ville de Banyuls-sur-Mer a réalisé ce document stratégique dans l'objectif de structurer son développement touristique pour les 20 ans à venir. Consciente que le tourisme est en pleine mutation et que son offre doit évoluer, la Ville de Banyuls-sur-Mer s'est lancé le défi de devenir dans les 2 prochaines années une destination de référence pour la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée et pour la France. Pour cela, la ville de Banyuls-sur-Mer souhaite :

1. Apporter une réponse au Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT) et au Schéma de Mise en Valeur de la Mer (SMVM) Sud Littoral.
2. Prendre en compte les attentes en matière de tourisme, de développement économique et de durabilité des territoires de la Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibéris et du Pays Pyrénées-Méditerranée.
3. Renforcer les actions de protection et de valorisation de la biodiversité, des activités nautiques et du patrimoine maritime menées par le Parc naturel marin du golfe du Lion.
4. Développer une croissance bleue favorable à la reconnaissance de la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée comme puissance maritime nationale et européenne, dans le cadre du Plan littoral 21 et de ses stratégies touristiques.
5. Etre un acteur reconnu de la stratégie touristique nationale, en structurant ses offres et ses produits touristiques dans le cadre des pôles d'excellence touristique de la France.
6. S'appuyer sur le modèle Odyssea pour faire de son territoire une destination bleue d'excellence écotouristique partagée et solidaire.
7. Devenir un territoire exemplaire, pilote, dont les actions inscrites dans le cadre de la programmation européenne 2014-2020 sont duplicables et répliquables.
8. S'inscrire dans la stratégie de la Commission Européenne du tourisme côtier et maritime pour une économie durable, compétitive, intelligente et inclusive.



## DOCUMENT CONNECTÉ 2.0

La Ville de Banyuls vous permet de vous connecter dans une logique de médiation numérique, d'objectif d'innovation et de lecture multimédia plus vivante et attractive pour mieux apprécier son projet.



Document téléchargeable sur [www.odyssea.eu/pro/nos-etudes-strategiques/banyuls-sur-mer](http://www.odyssea.eu/pro/nos-etudes-strategiques/banyuls-sur-mer)



## MOTS CLÉS

Occitanie / Pyrénées-Méditerranée, puissance maritime – Plan littoral 21 – Banyuls-sur-Mer, destination bleue d'excellence – Croissance et Tourisme Bleu by Odyssea – Fédérer et rassembler – Faire émerger les projets – Ecotourisme – Ecomobilité – Economie bleue – Tourisme côtier et maritime – Politique littorale et maritime intégrée – Développement économique – Développement Local par les Acteurs Locaux – Pérennisation des entreprises – Création d'emplois – Augmentation du PIB – Formation – Création de nouveaux produits touristiques à fortes valeurs ajoutées – Partage des richesses – Connectivité littoral / territoires ruraux – Reconnaissance des produits gastronomiques, des identités, des savoirs et savoir-faire locaux – Ouverture pour tous à la mer – Coopération territoriale européenne – Spécialisation intelligente – Paysages maritimes – Compétitivité portuaire – Biodiversité – Pêche – Port de Plaisance – Aquaculture – Protection sociale des gens de mer – Sécurité maritime – Diversification économique – Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer – Tourisme scientifique maritime – Pôle d'excellence – Développement économique des zones rurales – Itinéraire historique en mer – Saveurs & Gastronomie – Nautique / Tourisme Bleu – Culture & Patrimoine – Art de vivre – Viticulture – Huile d'olive – Aristide Maillol – Valorisation des voies bleues et vertes – Multi-destination – Connectivités pour un partage des richesses – Front de mer – Territoire rural – 3S – co-branding – Développement d'une économie touristique / écotouristique durable et compétitive, intelligente, inclusive – Parc naturel marin du golfe du Lion – Réserve naturelle marine de Cerbères-Banyuls – Exploitation des richesses du territoire pour le développement d'un tourisme de valorisation des patrimoines culturels et naturels.



## EDITORIAL DE M. JEAN-MICHEL SOLÉ

Trente millions de touristes accueillis chaque année dont 8 millions sur le littoral font de la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée une destination touristique enviée dans le monde par ses nombreux territoires régionaux aux multiples atouts. Du delta du Rhône à la frontière avec l'Espagne, la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée est la première destination touristique en France avec plus de 220 millions de nuitées annuelles.

La consommation touristique est de 14 milliards d'euros soit 10 % du PIB régional. C'est aussi 1,42 milliards d'euros investis, près de 40 000 entreprises et 110 000 emplois.

Cette réussite économique du tourisme en région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée est le fruit de l'addition de destinations touristiques dont les échelles, les offres et les produits ou encore les saisonnalités sont variés.

Dans ce caléidoscope de destinations, Banyuls-sur-Mer fait partie de celle que l'on peut considérer comme « petite » de par son territoire ; et pourtant Banyuls-sur-Mer a réussi à tirer son épingle du jeu, puisque notre réputation touristique, notamment grâce à l'AOC Banyuls, a dépassé les frontières de notre territoire. Le savoir-faire des vignerons ont conduit la ville de Banyuls-sur-Mer à solliciter une inscription à la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

C'est aussi au travers d'une variété d'espaces géographiques aussi contrastés qu'attractifs, que Banyuls-sur-Mer tire sa réputation. Ce sont des milliers d'hommes et de femmes qui ont, par leurs compétences et leur savoir-faire, bâti et développé au fil des décennies, la notoriété de Banyuls-sur-Mer et la richesse de notre patrimoine qu'il soit culturel, naturel ou encore gastronomique.

.../...



## EDITORIAL DE M. SOLÉ, MAIRE DE BANYULS-SUR-MER

.../...

Forte de ses atouts, la ville de Banyuls-sur-Mer a néanmoins d'importants défis à relever pour les prochaines années. Les nouvelles habitudes de consommation, la concurrence d'autres destinations, la place de plus en plus importante de l'écotourisme, l'évolution des comportements et les exigences croissantes des clientèles sur la qualité des offres et des services ou encore la vétusté de certains équipements sont autant de facteurs qui exigent une réflexion dynamique et intégrée autour de notre stratégie de développement touristique pour les 20 ans à venir.

Face à une telle situation, et pour donner une impulsion nouvelle à un secteur important pour l'économie et l'emploi local, la ville de Banyuls-sur-Mer a choisi de s'appuyer sur ce constat pour adapter ses orientations en matière de tourisme, en y intégrant une exigence croissante de qualité, la montée en puissance du concept de responsabilité sociale et environnementale, tout en ciblant l'amélioration de la performance de l'action publique en développant la créativité touristique par la mise en place de partenariats publics-privés exemplaires.

C'est dans cette logique que ce document que nous avons nommé « **Stratégie de développement de territoire pour un tourisme durable, innovant, solidaire et intégré – Plan littoral 21 – croissance bleue – horizon 2020** », a été rédigé.

Ce dernier a été co-écrit en partant du Schéma de Cohérence Territoriale Sud Littoral et de son Schéma de Mise en Valeur de la Mer, avec en complément le diagnostic en matière de développement économique mené par Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibéris, ainsi que des objectifs du Pays Pyrénées-Méditerranée selon son schéma d'Aménagement et de Développement Touristique, en prenant en compte les attentes

des plans de développement touristique des institutions départementales, régionales et nationales – les 5 pôles d'excellence touristique –, en s'intégrant dans les 4 volets du Plan littoral 21 de la Région Occitanie ou encore les missions du Parlement de la Mer, en choisissant comme fil conducteur l'axe du tourisme côtier et maritime de la Commission Européenne en cohérence avec le Projet d'Aménagement et de Développement Durable (PADD) et le Plan Local d'Urbanisme (PLU) de la commune.

Additionner des idées est chose facile. Le plus difficile est de les coordonner. Pour cela nous avons choisi le modèle et le label « Destination Bleue d'excellence » by Odysea. Si nous avons choisi ce modèle de développement, c'est qu'il correspondait le mieux à nos attentes et qu'à mes yeux et ceux de mon conseil municipal, il est le plus propice à réussir un développement touristique durable, innovant, solidaire et intégré. L'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon, qui porte ce modèle dans notre région, et la Fédération Française des Ports de Plaisance au niveau national, ont été des acteurs clés dans le choix de notre stratégie touristique.

Innovation, mixité des usages, ouverture et accessibilité au public, performance économique, excellence environnementale et sociale sont les cinq principes directeurs du label Odysea. Il précise dans la culture locale le modèle de gouvernance, le modèle économique, social, environnemental, culturel, 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, présidée par le secrétariat d'Etat au Tourisme et a profité du concours d'une Task Force européenne et d'un comité d'experts dirigé par l'Institut des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe.

.../...



## EDITORIAL DE M. SOLÉ, MAIRE DE BANYULS-SUR-MER

.../...

Pour le bien de nos générations futures, Banyuls-sur-Mer ne doit pas galvauder son développement touristique. Nous devons prendre en compte des éléments tangibles, indiscutables car inscrits dans nos gènes de Banyulencs. L'environnement et la protection de la biodiversité sont chers à nos cœurs.

Il nous était impossible de ne pas tenir compte des acteurs environnementaux essentiels à la qualité et à la sauvegarde de notre biodiversité, de nos paysages que sont le Parc naturel marin du golfe du Lion ou le Département avec la Réserve naturelle marine de Cerbères-Banyuls.

Ce document résume 2 ans de travail, de réunions, de concertation, de débats. Nous avons souhaité mettre en place des Comités de Pilotage, des Comités Techniques ou encore des Comités Stratégiques, dans lesquels les acteurs locaux (prestataires touristiques, nautiques, plaisanciers, clubs et associations locales, le Syndicat des Vignobles de la Côte Vermeille...) ont participé sous forme d'un Développement Local par les Acteurs Locaux. Il me semblait important de les intégrer dans ce projet pour qu'il devienne leur projet. Banyuls-sur-Mer leur appartient.

Dans un monde où tout va très vite, nous avons des atouts exceptionnels qu'ils soient naturels ou culturels pour une commune de moins de 5 000 habitants. Nous devons nous appuyer sur ces derniers dans une logique d'écotourisme et d'écomobilité.

Le développement économique d'un territoire n'est pas antagoniste avec la protection de l'environnement et le respect social, bien au contraire, dans une stratégie intégrée, ils sont complémentaires et s'enrichissent mutuellement.

Nous devons construire un tourisme innovant, attractif, de haute qualité d'accueil afin de pérenniser les entreprises actuelles et d'en créer de nouvelles. Le modèle économique que nous souhaitons à Banyuls est le suivant : pérennisation par l'augmentation du chiffre d'affaires, installation d'entreprises notamment avec l'incubateur de start'up de l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer, création d'emplois à forte valeur ajoutée non délocalisable dans une égalité hommes / femmes.

Pour cela, nous allons mettre en place un groupe de travail qui regroupera les entreprises touristiques locales autour d'un projet commun : la marque de destination Banyuls-sur-Mer. Cette dernière, qui labellisera les entreprises selon des cahiers des charges sera co-brandée avec celle des entreprises, celle de la région Occitanie – Sud de France, celle d'Atout France, et celle du GEC Odyssea – Destination Bleue d'excellence by Odyssea.

Les labels ou marques plus thématiques comme « Tourisme de Terroirs en Pyrénées-Orientales » ou encore les « Toques Blanches du Roussillon » seront aussi des éléments clés à la montée en gamme de la destination Banyuls-sur-Mer. En accompagnement de nos prestataires touristiques par la formation, je suis convaincu de notre réussite. Le plan de formation de l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon mutualisé avec le Comité Régional du Tourisme du Languedoc-Roussillon dans le cadre du Plan Régional Unifié des Formations est pour moi un exemple à suivre.

.../...



## EDITORIAL DE M. SOLÉ, MAIRE DE BANYULS-SUR-MER

.../...

Nous prendrons aussi en compte le poids croissant des technologies numériques en matière de tourisme par la mise en place d'équipements chez les commerçants, dans l'objectif de faciliter la vente des offres et des services touristiques de Banyuls et de son territoire de destination (à 1h au départ du port). Nous mettrons en place sur la destination Banyuls-sur-Mer une véritable stratégie touristique numérique afin que Banyuls-sur-Mer devienne une destination exemplaire en matière de médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels.

Je souhaite que Banyuls-sur-Mer soit innovant en matière de communication, de promotion et de marketing. J'ai demandé aux équipes techniques de la ville, de l'office et du port de travailler encore plus qu'ils ne font actuellement, avec nos partenaires que sont l'Agence de Développement des Pyrénées-Orientales et le Comité Régional du Tourisme Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.

Dès 2017, nous renforcerons nos partenariats dans l'objectif d'une communication innovante par un marketing omnicanal, qui pourrait se résumer de la sorte : le touriste ou plaisancier pourra commencer son séjour sur smartphone, le poursuivre sur son ordinateur et aller à l'office de tourisme, à la capitainerie ou chez un prestataire finaliser son séjour par l'achat d'offres et de produits touristiques.

Exister à l'échelle régionale est difficile, à l'échelle nationale encore plus. Pour cela nous avons choisi de nous spécialiser, de faire de Banyuls-sur-Mer une destination unique.

Notre choix s'est porté sur le tourisme scientifique maritime avec l'une des plus belles réussites que la France ait en matière de recherche scientifique et qui est sur le territoire de Banyuls-sur-Mer : l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer. Nous allons renforcer notre partenariat déjà engagé depuis des années.

Si le tourisme scientifique dont la thématique est **la valorisation de la biodiversité méditerranéenne marine**, sera l'axe central de notre développement, nous valoriserons bien entendu tout ce qui fait l'offre touristique de Banyuls-sur-Mer au travers de 4 thématiques d'escales que sont : le tourisme bleu / nautique, la plaisance, la croisière-promenade et les activités nautiques, le tourisme culture et patrimoine, le tourisme nature et découverte, le tourisme saveurs et gastronomie.

Chacune de ces escales développera un produit touristique innovant issu du modèle et du label Odyssea : les balades et les itinéraires écotouristiques thématiques.

Ce développement touristique que nous souhaitons ne doit pas seulement bénéficier à la ville de Banyuls-sur-Mer, il doit aussi bénéficier aux territoires ruraux les plus proches dans un partage des richesses touristiques du littoral, plus propice au tourisme ne serait-ce que par sa capacité d'accueil, vers l'arrière-pays pour une croissance bleue et verte.

.../...

## EDITORIAL DE M. SOLÉ, MAIRE DE BANYULS-SUR-MER

.../...

Pour mener à bien notre stratégie de développement touristique, nous avons besoin de requalifier plusieurs pôles structurants essentiels à la montée en gamme de la destination Banyuls-sur-Mer :

1. La requalification et la modernisation du port de plaisance dans une démarche écoresponsable comme porte d'entrée de la destination Banyuls-sur-Mer avec son éco-gare Odyssea Protect.
2. Le parvis du Biodiversarium de Banyuls-sur-Mer
3. avec le cheminement scientifique à destination des clientèles touristiques et des écoles de la région.
4. Le front de mer afin de donner une nouvelle image, une nouvelle force d'attractivité de la destination Banyuls-sur-Mer.

Ces 3 projets auxquels s'ajoute la médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels s'inscrivent pleinement dans le cadre du plan littoral 21 de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.

Pour valoriser au mieux ces investissements, la ville de Banyuls s'engagera dans différentes démarches qualité comme le label qualité des Port de Plaisance porté par la Fédération Française des ports de Plaisance et l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon, la démarche ports propres, le label de destination Bleue Odyssea...

Je tiens à remercier tous ceux qui nous ont aidés, comme mon conseil municipal, la commission portuaire ainsi que les équipes techniques de la ville, de l'office et de la capitainerie. J'adresse aussi mes remerciements aux élus et aux équipes techniques de la Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibéris, du Pays Pyrénées-Méditerranée, du Parc naturel marin du golfe du Lion, de l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer, à l'Union

des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon, à la Fédération Française des Port de Plaisance et au GEC Odyssea. Je n'oublie pas ceux du Département des Pyrénées-Orientales et de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée ainsi que le Syndicat des Vignobles de la Côte Vermeille.

Je remercie aussi l'Etat Français représenté par ses préfets qui nous ont soutenus. Je remercie avec toute mon affection et ma gratitude, les femmes et les hommes de Banyuls qui ont pris une part active à ce projet. Je remercie par avance tout ceux qui nous aideront tout au long de notre programme de développement touristique que nous voulons durable, innovant, solidaire et intégré. C'est par ce genre d'initiative ambitieuse que la réussite et le développement économique, social et environnemental d'un territoire passe.

Antoine de Saint-Exupéry écrivait dans le Petit Prince « Fais de ta vie un rêve, et d'un rêve, une réalité ». Nous avons écrit le projet rêvé pour Banyuls-sur-Mer et nous ferons tout, avec vos soutiens, je l'espère, pour qu'il devienne réalité.

**Jean-Michel SOLÉ**

Maire de Banyuls-sur-Mer

Président de l'office de tourisme

Vice-Président de la Communauté de communes  
des Albères Côte Vermeille Illibéris







## BANYULS, CITÉ DE PRÉFIGURATION DU MODÈLE ODYSSEA

	Sommaire	p 3
	Comité de rédaction	p 4
	L'objet de ce document	p 5
	Document connecté 2.0	p 6
	Mots clés	p 7
	Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
	<b>Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea</b>	<b>p 14</b>
	1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale	p 20
	2. Diagnostic de territoire	p 39
	3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation	p 49
	4. La stratégie touristique	p 62
5.	Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer	p 182
	6. La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable	p 251
	7. Synthèse des projets et calendrier de réalisation	p 262



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



## RAPPEL

### Banyuls-sur-Mer, cité pilote de la préfiguration du modèle Odyssea sur la programmation 2000 – 2006

#### L'itinéraire culturel Iter-Vitis, les chemins de la vigne

##### Titre du projet de coopération transnationale

Charte européenne de l'oenotourisme /  
Structuration des premières routes pilotes  
européennes : « les itinéraires culturels des  
grands vignobles d'Europe® »

##### Le GAL Pyrénées-Méditerranée et Banyuls-sur-Mer

Le GAL Pyrénées Méditerranée s'est engagé dans ce projet pour accompagner Banyuls-sur-Mer et ses terroirs, participe au pôle d'excellence rurale validé en juin 2006 sur la thématique "Destination Pyrénées-Méditerranée, la construction d'une offre touristique innovante et valorisante pour le territoire".

##### Le Plan de financement

Dépenses :

Actions communes : 40 000 €

Actions spécifiques à Banyuls : 200 000 €

Total : 240 000 €

Recettes :

Mairie de Banyuls : 48 000 € soit 20%

LEADER : 120 000 € soit 50%

FNADT et Région : 72 000 € soit 30%

Total : 240 000 €





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



## RAPPEL

### Banyuls-sur-Mer, cité pilote de la préfiguration du modèle Odysee sur la programmation 2000 – 2006

#### L'itinéraire culturel Iter-Vitis, les chemins de la vigne

**En 2006, Banyuls-sur-Mer en collaboration avec le pays Pyrénées-Méditerranée met en place sur sa commune un programme de coopération Leader+ entre la France et l'Italie.**

Le pays choisi pour accompagner Banyuls-sur-Mer dans ce programme est le Pays Vignoble Gaillacois, Bastides et Val Dadou (Tarn) pour ce qui est de la France et pour ce qui est de l'Italie Terre del Gattopardo (Sicile) et Gal Kroton (Calabre).

En prenant comme point de départ les paysages culturels viticoles et ruraux d'Europe et tout ce qu'ils représentent en termes patrimonial, culturel, identitaire, environnemental, historique, touristique, économique ou social dans une logique de protection, de valorisation, d'interprétation innovante, les 4 territoires reconnaissent que la Vigne est un patrimoine commun à l'ensemble des européens.

Cet Itinéraire culturel de la vigne a permis à la ville de Banyuls de mettre en place le premier itinéraire culturel raconté sur les paysages viticoles.

Les autres partenaires ont suivi Banyuls-sur-Mer en appliquant sur leur territoire son modèle de développement d'itinérance culturelle.

Du cap Béar à l'anse de Peyrefite, du port de Banyuls au Col de Banyuls, l'itinéraire culturel Mer et Terre de Banyuls-sur-Mer vous offre au fil de ses paysages les plus belles histoires de son territoire. Tout au long de cet itinéraire culturel, les sites de lecture paysagère qui ont été choisis, l'ont été pour leur beauté et pour ce qu'ils avaient à raconter et à faire vivre. Autour de cet itinéraire, l'office de tourisme a sélectionné ses plus belles offres touristiques selon 4 thématiques d'escale : Nautique, Culture et Patrimoine, Saveurs et gastronomie, Nature et Découverte.

L'office de tourisme et la capitainerie ont bénéficié d'équipements numériques (ordinateurs tactiles) à destination de leur clientèle respective.





## RAPPEL

### Banyuls-sur-Mer, cité pilote de la préfiguration du modèle Odyssea sur la programmation 2000 – 2006

#### L'itinéraire culturel Iter-Vitis, les chemins de la vigne

*Iter Vitis, les Chemins de la Vigne, a été reconnu Itinéraire culturel par le Conseil de l'Europe comme le 25ème Itinéraire Culturel du Conseil de l'Europe pour sa mission de reconnaissance et de préservation du patrimoine culturel, matériel et immatériel, viticole. Il a été inauguré à Banyuls-sur-Mer en juin 2008.*

Le réseau de régions viticoles géographiquement éloignées met en lumière à travers tout l'espace européen le paysage culturel viticole remarquable hérité de notre histoire commune.

Pour mieux sauvegarder ce patrimoine vivant, ce paysage culturel viticole aussi fragile que divers, Iter Vitis s'investit en faveur d'une diffusion de la connaissance afin de mieux déchiffrer les trésors de nos terroirs.

Un nouveau regard se pose sur le patrimoine et l'histoire commune de la vigne et du vin, pour fournir de nouvelles possibilités de développement du tourisme culturel au cœur des terroirs viticoles en favorisant une relation privilégiée à travers une expérience culturelle et sensorielle.

L'esprit de la Route culturelle intègre le « processus de coopération culturelle » impliquant la collaboration de tous, ce qui permet un vrai dialogue entre les différentes

parties prenantes, les collectivités, le secteur public national et international et la société civile.

Iter Vitis puise dans la dimension culturelle, pour l'interprétation du paysage culturel, le partage de connaissances afin d'améliorer la découverte de la culture du vin.

Iter Vitis favorise la rencontre avec l'histoire vitivinicole et les hommes du terroir dans une démarche de transmission active.

Une découverte participative, une expérience culturelle au cœur d'un patrimoine identitaire reconnu, pour mieux apprécier et respecter les terroirs et leur population.

L'Inscription sur l'Itinéraire culturel, la certification d'un élément du paysage culturel viticole, un monument, un paysage, un site signifie que la société leur reconnaît une valeur identitaire forte, une valeur esthétique, symbolique, historique...

Dans sa démarche de qualité et de valorisation du patrimoine, un comité scientifique consultatif a été réuni au sein de l'association.



## RAPPEL

### Banyuls-sur-Mer, cité pilote de la préfiguration du modèle Odyssea sur la programmation 2000 – 2006

#### L'itinéraire culturel Iter-Vitis, les chemins de la vigne

Suite aux différents investissements réalisés par la ville de Banyuls dans le cadre du programme européen d'itinéraire culturel Iter Vitis, les chemins de la vigne, le port de Banyuls-sur-Mer a concouru au trophée de l'Escale 2008.

Le résultat a été concluant puisqu'il a reçu, au Salon Nautique International de Paris 2008, le Trophée de l'Escale.

Les Trophées de l'Escale récompensent depuis 2005 les efforts et les investissements réalisés par les ports de plaisance français en matière de respect de l'environnement et de qualité des services offerts aux navigateurs en escale.

Le port de Banyuls-sur-Mer a été retenu sur les critères suivants :

1. La qualité de l'accueil, tant humain que technique.
2. La qualité des services sur le port : outre les services classiques (sanitaire, électricité, eau, carburant), il s'agit des nouveaux services comme les connexions Internet wifi gratuites, les gardes d'enfants, les livraisons à bord, etc.
3. La qualité environnementale : entretien des lieux, propreté et nettoyage, espaces verts, zone protégée, etc.
4. La proximité des services comme l'alimentation, la restauration, les transports, les chantiers, les services à la personne, etc.
5. La qualité de vie : sécurité des personnes et des bateaux, calme des lieux, animations proposées, garderies pour enfants, etc.
6. L'ouverture sur la ville et l'arrière-pays : moyens (transports – animation) mis à disposition des plaisanciers pour découvrir la région.



## Trophée de l'Escale







## 1. S'INSCRIRE DANS LES ÉCHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORIALE

	Sommaire	p 3
	Comité de rédaction	p 4
	L'objet de ce document	p 5
	Document connecté 2.0	p 6
	Mots clés	p 7
	Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
	Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea	p 14
	<b>1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale</b>	<b>p 20</b>
	2. Diagnostic de territoire	p 39
	3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation	p 49
	4. La stratégie touristique	p 62
5.	Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer	p 182
6.	La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable	p 251
7.	Synthèse des projets et calendrier de réalisation	p 262



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORIALE

### 1.1. Prendre en compte la stratégie environnementale fixée par la Réserve naturelle marine de Cerbère-Banyuls dans un développement écotouristique nautique responsable

Le Pays Catalan peut s'enorgueillir d'avoir créé, en 1974, la première Réserve Marine Naturelle française couvrant 650 ha de mer entre Banyuls-sur-Mer et Cerbère.

30 ans après... La faune et la flore ont retrouvé leur richesse et leur fécondité. Un sentier sous-marin a été aménagé pour lui permettre de découvrir les fonds marins en toute sécurité.

La Réserve Naturelle Marine prouve donc au quotidien qu'elle peut tout à la fois accueillir et protéger, mais surtout transmettre sa richesse aux adultes de demain...

#### Des objectifs précis

1. Conserver les habitats originels et leur diversité spécifique ;
2. Contrôler les activités humaines afin de rendre la fréquentation du site compatible avec les objectifs de conservation du patrimoine ;
3. Favoriser l'effet « réserve » par la mise en place de mesures de protection à l'extérieur du site ;
4. Avoir un intérêt pédagogique et culturel pour sensibiliser le public ;
5. Participer au maintien de la pêche petit-métier artisanale.

**Un engagement clair de la ville de Banyuls-sur-Mer sur la protection et la valorisation de la biodiversité marine.**

La ville de Banyuls-sur-Mer souhaite renforcer son partenariat avec Réserve naturelle marine de Cerbère-Banyuls dans un développement écotouristique nautique responsable.

Pour cela, la ville souhaite lancer dans le cadre de sa thématique nautique / tourisme bleu, une véritable stratégie de promotion et de marketing touristique en matière d'activités et de loisirs nautiques.

Dans le cadre de sa marque « Banyuls-sur-Mer », la ville, en partenariat avec son office de tourisme, engagera une véritable démarche de promotion et de valorisation de la biodiversité de la Réserve naturelle marine de Cerbère-Banyuls.

Les prestataires nautiques de la destination Banyuls-sur-Mer devront suivre un plan de formation sur les discours à tenir sur la Réserve naturelle marine de Cerbère-Banyuls auprès des clientèles touristiques.



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORIALE

### 1.2. Prendre en compte les objectifs du Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT) du littoral Sud et son Schéma de Valorisation de la Mer (SMVM)

Dès la relance de l'élaboration du SCOT Littoral Sud, les élus et l'Etat demandent à ce que les enjeux littoraux du territoire fassent l'objet d'une attention et d'une réflexion toute particulière.

Localement, on constate d'une part qu'il existe un enjeu majeur à l'échelle du territoire du SCOT concernant sa façade maritime et que se pose la question des interfaces mer / terre (surfréquentation des plages, saturation et obsolescence des équipements portuaires, problématique d'accès au rivage, conflits d'usages...).

La Ville de Banyuls s'est appuyée sur le SCOT Littoral et notamment sur le **Projet d'Aménagement et de Développement Durable** (PADD) et le **Schéma de Mise en Valeur de la Mer** (SNVM) pour mettre en place sa politique touristique territoriale durable, solidaire et intégrée.

Les enjeux pour la Ville de Banyuls-sur-Mer en lien avec ceux du SCOT Littoral Sud et son **Projet d'Aménagement et de Développement Durable** pourraient se structurer en 2 grands ensembles :

**1. Affirmer les fondements de notre identité et l'attachement à notre territoire**, avec pour idées directrices, l'environnement et notamment la préservation et la

valorisation de la biodiversité et des patrimoines naturels et culturels du territoire, et l'aménagement du territoire avec la nécessité de réaménager le cœur des villes et des villages et offrir une nouvelle mobilité au sein de ces derniers.

**2. Renforcer l'attractivité de notre territoire**, en s'appuyant sur les richesses agricoles, en reposant son développement sur des démarches durables et en structurant son offre touristique selon un nouveau modèle, pour une meilleure synergie entre les différentes formes de tourisme.

Dans son nouveau développement touristique, Banyuls-sur-Mer va essayer de répondre à quelques réflexions menées dans le **Schéma de Mise en Valeur de la Mer** :

- Développer la plaisance, le nautisme et les activités nautiques.
- Mettre en place un tourisme de qualité.
- Valoriser l'Observatoire Océanographique de Banyuls-sur-Mer par le développement de ce pôle scientifique.
- Réfléchir sur des modes de mobilité douce.
- S'appuyer sur les richesses du territoire par le développement d'un tourisme de valorisation des patrimoines culturels et naturels.
- Soutenir les filières en difficulté comme la pêche.



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORIALE

### 1.3. Prendre en compte la stratégie environnementale fixée par le Parc naturel marin du golfe du Lion dans un développement écotouristique nautique responsable

Les réserves naturelles marines, qui concernent la bande côtière jusqu'à 12 milles nautiques, préservent les joyaux du patrimoine naturel marin : zones humides sous influence marine, concentrations d'oiseaux d'eau, sites de nidification, herbiers de zostères ou coralligènes en Méditerranée.

A travers plusieurs collaborations, l'Agence a souhaité s'appuyer sur le savoir-faire développé dans les réserves naturelles, depuis plusieurs décennies.

#### Connaître

Les programmes d'acquisition de connaissance mis en œuvre par, pour ou avec l'Agence sur le patrimoine naturel marin, s'organisent soit vers les habitats, du fait de leur caractère patrimonial ou fonctionnel, soit vers les espèces, soit vers la structure globale d'un écosystème ou l'une de ces composantes structurelles.

#### Protéger le milieu marin

En mer, réduire les impacts des activités est la principale façon de protéger les milieux et espèces. Mais les gestionnaires d'aires marines protégées agissent également au quotidien pour « gérer » ces espaces.

#### Concilier développement durable et préservation

Si le réseau d'aires marines protégées doit permettre d'atteindre un bon état écologique du milieu marin et protéger des espèces et habitats sensibles, il doit également permettre de pérenniser les activités dépendantes du milieu marin.

#### Evaluer le milieu marin

Pour une gestion efficace d'un espace marin, quelle qu'en soit la taille, il est nécessaire d'évaluer son état écologique, et suivre son évolution. L'Agence des aires marines protégées met en œuvre des actions d'évaluation et de suivis, à différente échelle de l'aire marine protégée individuelle jusqu'à celle de l'ensemble des eaux sous juridiction française d'une région océanique.

#### Partager : une volonté d'ouverture et de partenariats à multiples échelles

Dans le domaine international, le développement des aires marines protégées en haute-mer constitue la priorité de l'Agence. Celle-ci participe au suivi des conventions de mer régionales et des accords internationaux, en s'appuyant sur les réseaux de gestionnaires d'aires marines protégées et des projets de coopération technique transfrontalière.

#### Les orientations de gestion

Les orientations de gestion définissent la personnalité du Parc et fixent ses grandes finalités. Elles seront déclinées dans le plan de gestion du Parc. Elles guident l'activité du parc. Issues de la concertation lors de la construction du projet, elles répondent aux enjeux de protection et de connaissance du milieu marin du Parc naturel marin du golfe du Lion. Elles mettent également l'homme et la culture maritime au cœur du parc, en promouvant le développement durable des activités maritimes.



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORIALE

### 1.2. Prendre en compte la stratégie environnementale fixée par le Parc naturel marin du golfe du Lion dans un développement écotouristique nautique responsable

Les objectifs du Parc naturel marin sont définis par 8 orientations de gestion :

1. Faire du parc naturel marin une zone de référence pour la connaissance et le suivi du milieu marin, de ses écosystèmes, des activités socio-économiques qui s'y déroulent.
2. Protéger le patrimoine naturel marin du littoral aux canyons profonds, en préservant les espèces et leurs habitats.
3. Préserver et améliorer la qualité des eaux du parc naturel marin en participant aux instances de gestion des bassins-versants et aux actions de lutte contre les pollutions terrestres et marines.
4. Soutenir et favoriser un développement durable des activités économiques maritimes telles que la pêche professionnelle, les entreprises du nautisme et les organismes de gestion portuaire.
5. Favoriser une gestion de l'ensemble des ressources naturelles dans le parc naturel marin qui assure leur maintien à long terme comme la pérennité des activités qui en dépendent.
6. Favoriser un développement des activités de tourisme nautique compatible avec les enjeux de préservation du patrimoine naturel marin et promouvoir les pratiques respectueuses de l'environnement marin.
7. Contribuer à la protection et la mise en valeur du patrimoine culturel maritime et développer la culture maritime locale traditionnelle et moderne.
8. Envisager une coopération avec l'Espagne en vue d'une protection et d'une gestion communes du milieu marin et du développement durable des activités maritimes.

Il n'existe pas de hiérarchie entre ces orientations, qui se complètent pour construire l'identité du Parc naturel marin, et doivent inspirer le conseil de gestion dans ses travaux.

Dans sa stratégie de développement touristique, **la ville de Banyuls-sur-Mer souhaite mettre en place un véritable partenariat avec le Parc naturel marin du golfe du Lion sur quatre objectifs clairs que sont :**

1. Le soutien aux activités économiques maritimes dont la pêche fait partie avec dans le cadre de son projet portuaire l'aménagement d'un quai dédié aux pêcheurs avec la création d'un espace de vente directe pour les clientèles touristiques et les restaurateurs locaux.
2. Favoriser le développement des activités nautiques par une promotion et une commercialisation plus forte des activités nautiques et des balades bleues écoresponsables via le label Odyssea Protect.
3. Travailler par son escale culture à valoriser par la médiation numérique la patrimoine culturel maritime local (valorisation des métiers de la mer, des savoirs et savoir-faire, des us et coutumes...). Des partenariats seront mis en place avec le site classé de l'anse de Paulilles et son : atelier de restauration des barques.
4. La ville de Banyuls-sur-Mer participera aux programmes d'actions menées par le Parc naturel marin du golfe du Lion dans le cadre de la coopération avec l'Espagne selon les programmes mis en place.



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORIALE

### 1.4. Prendre en compte la stratégie de la Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibérès

La Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibérès se compose de 15 communes dont Banyuls-sur-Mer. L'un de ses missions est le développement économique. A la disposition des entreprises et des porteurs de projets du territoire Albères Côte Vermeille Illibérès, le service développement économique fait partie des compétences exercées par la Communauté de Communes.

Son objectif est de renforcer le dynamisme et l'attractivité territoriale en stimulant la création de richesses et en favorisant la création d'emploi en coordination avec les acteurs économiques locaux dans une perspective de développement durable.

Il a pour vocation principale d'offrir aux entreprises un accompagnement et des solutions à leurs perspectives de développement ou d'implantation locale.

Il se traduit donc par une politique volontariste des élus de soutenir et d'accompagner toute initiative économique :

- en étant à l'écoute des besoins et en recherchant des solutions
- en proposant du foncier et de l'immobilier adaptés
- en construisant des partenariats efficaces
- en orientant les demandes de conseils et de financement
- en assurant la promotion et l'animation économique.

Fort de cette volonté, sa mission, à court terme est de fonder un nouveau modèle de développement économique en se basant sur une stratégie concertée et partagée devenant ainsi un territoire éco-exemplaire et innovant.

Un diagnostic territorial a été rendu en décembre 2015 qui débouchera sur une stratégie territoriale et un plan d'actions pour les années à venir.

La Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibérès a réalisé en 2015, un diagnostic qui a permis d'identifier les atouts et les faiblesses en termes de développement économique. Il a permis de faire émerger les axes prioritaires d'intervention et les enjeux majeurs.

#### La stratégie touristique voulu par la ville de Banyuls-sur-Mer s'inscrit pleinement dans ses grands axes stratégiques :

- Le tourisme, avec comme enjeux : la montée en gamme du Tourisme, l'élaboration d'un marketing adapté et la mise en place de la gestion intercommunale.
- L'offre d'accueil des entreprises, avec comme enjeux : La définition d'un vrai schéma d'accueil des entreprises et des activités.
- L'agriculture, avec comme enjeux : le renforcement et le déploiement d'une agriculture moderne et adaptée aux contraintes.
- Les filières émergentes, avec comme enjeux : le développement de filières d'activités porteuses de richesses et d'emplois pour le territoire (Eco système de la mer - croissance bleue, green technologies - énergies renouvelables, économie sociale et solidaire - silver - économie).
- L'ancrage et le développement des filières traditionnelles (artisanat, services, commerce), avec comme enjeu majeur : par effet d'entraînement grâce au soutien des thématiques vues plus haut, les filières traditionnelles tendront à prendre de nouveaux marchés.



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORIALE

### 1.5. Prendre en compte la stratégie du Pays Pyrénées-Méditerranée

La stratégie 2014-2020 est le fruit d'un processus de co-construction impliquant un maximum d'acteurs du territoire qui s'est étalé sur plus de 18 mois en trois étapes : le bilan 2008-2013, le diagnostic territorial 2013, pour aboutir à la stratégie validée en Assemblée Générale le 6 février 2015.

**La stratégie de Banyuls-sur-Mer s'inscrit dans 2 axes stratégiques fort du Pays Pyrénées-Méditerranée.**

#### Tourisme durable

Le défi de la construction d'une offre touristique innovante et valorisante pour le territoire est d'avoir une vision globale de l'espace tout en conjuguant des objectifs multiples et variés. Ainsi, le programme détaillé du projet déjà réalisé et à mettre en œuvre s'inscrit dans une logique qui permettra de :

- Protéger et valoriser le patrimoine naturel et culturel en contrôlant l'impact du tourisme dans les lieux et en encourageant les activités qui les soutiennent.
- Sensibiliser et informer le public en communiquant sur les qualités du territoire et en offrant des moyens pédagogiques de découverte.

- Créer une offre touristique spécifique et qualitative en donnant une dimension et une qualité minimum aux réalisations touristiques et aux prestations de biens et services.
- Préserver la qualité des espaces de vie des habitants en contrôlant l'emplacement et le style de tout nouveau développement touristique, en maîtrisant la fréquentation touristique et en évitant la prolifération de projets concurrentiels économiquement non viables.
- Assurer le développement économique et social en développant de nouvelles opportunités commerciales dans l'espace et dans le temps, en mettant en place une synergie entre les acteurs économiques et en soutenant ainsi les conditions d'emploi durable.

#### Coopération

Depuis sa création la stratégie de développement du Pays Pyrénées-Méditerranée considère la coopération (interterritoriale, transnationale et transfrontalière) comme un axe majeur et incontournable.





## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.6. Prendre en compte la stratégie touristique fixée par l'Agence de Développement Touristique des Pyrénées-Orientales

La ville de Banyuls-sur-Mer s'est appuyée sur 4 des 6 filières touristiques prioritaires travaillées par l'Agence de Développement Touristique des Pyrénées Orientales pour mettre en place sa stratégie touristique.

1. Méditerranée : La mer, grand atout de du territoire.
2. Pleine nature : Un territoire préservé.
3. L'art de vivre : Toutes les saveurs de la gastronomie catalane.
4. Culture et patrimoine : Depuis la préhistoire jusqu'à nos jours.

Pour répondre aux attentes de l'Agence de Développement Touristique des Pyrénées Orientales la ville de Banyuls-sur-Mer par son office de tourisme va mettre en place des produits touristiques correspondants à ces 6 filières touristiques prioritaires.

En fonction des cibles clientèles souhaitées par l'Agence de Développement Touristique des Pyrénées Orientales, l'office de Banyuls proposera des produits touristiques commercialisables (offres par saison, pour les familles, pour les seniors, pour les enfants...).

L'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer sera un relais des actions de l'Agence de Développement Touristique des Pyrénées Orientales auprès de ses prestataires notamment sur les actions de qualification et de structuration de l'offre.



Banyuls-sur-Mer va structurer ses offres, ses produits et ses services touristiques autour de sa spécialisation touristique qui est le tourisme maritime avec l'observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer et les thématiques d'escalas Odyssea.



Escale Nautique    Escala Nature    Escala Culture    Escala Saveurs



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.7. Structurer son projet portuaire et de destination sur les grands piliers de la Charte Sud de France Nautique de l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon

Le port de Banyuls-sur-Mer est adhérent à l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon.

**La Ville de Banyuls-sur-Mer a décidé de prendre en compte les axes forts de la Charte Sud de France Nautique pour le développement de son projet stratégique.**

Pour la structuration de l'offre touristique à partir du port de plaisance, l'UVPLR s'appuie sur le modèle Odyssea et ses 6 axes stratégiques.

**Les ports, un lien étroit avec l'environnement urbain et paysager**

Les ports de plaisance présentent une situation de charnière entre l'espace terrestre et le milieu maritime ou fluvial, sensible aux impacts des activités humaines.

Cette position d'interface inscrit les ports et la pratique de la plaisance au cœur d'enjeux environnementaux de plus en plus déterminants dans la réglementation française et européenne.

D'autre part, du point de vue de l'urbaniste, le port de plaisance s'inscrit dans une ville, une station, un territoire et un paysager.

Son développement et les projets qui lui sont liés ne peuvent donc faire l'impasse sur cette relation fonctionnelle, géographique et parfois symbolique. Toute opération doit intégrer l'histoire et l'identité de son site d'implantation très en amont.

**Pour réussir la relation port - ville, les deux entités doivent se nourrir l'une de l'autre par la mise en place de projets où les intérêts et spécificités de chacune convergent.**

**C'est en cela que Banyuls-sur-Mer souhaite mener un projet coordonné en réhabilitant à la fois son port de plaisance et son front de mer.**

Le port est aussi le lieu où se développent différents usages, différentes expériences vécues et attentes en fonction du statut du pratiquant : touriste sans bateau, plaisancier, croisiériste, professionnel du nautisme, commerçant ou habitant.

La prise en compte de l'intégration urbaine et paysagère du port de plaisance, de son développement et de ses usages doit être porteuse d'une image forte et attractive de la cité portuaire et de son hinterland touristique.

Cette intégration sera la condition pour la création de véritables synergies sociales, économiques et culturelles à l'échelle d'un territoire ou d'une destination portuaire.



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.7. Structurer son projet portuaire et de destination sur les grands piliers de la Charte Sud de France Nautique de l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon

#### Le port : un atout touristique et un lieu de développement économique

Le port de plaisance est une véritable porte d'entrée dans la destination. La rediffusion de flux touristiques et le lien vers les avant-pays doivent être renforcés, notamment par l'aménagement du territoire et par des démarches de création d'une offre touristique structurée, à l'instar du principe des itinéraires terre / mer proposés par le modèle Odyssea.

Le port est constitutif d'une véritable destination touristique attractive à intégrer dans les Schémas de cohérence territoriale ou Stratégies de développement touristique, à différentes échelles territoriales. Les projets doivent pour ce faire, tenir compte de leur environnement concurrentiel ainsi que des principes du marketing territorial.

Hormis la fonction touristique, le port peut accueillir sur sa concession ou à ses abords de multiples activités économiques, comme les loisirs ou services nautiques, la pêche, les activités de commerces ou l'hôtellerie-restauration.

Le port est donc une zone d'emplois à pérenniser et de compétences à développer.

Il s'agit également d'un lieu de vie quotidien pour les habitants, également consommateurs des produits et services proposés. Un des enjeux forts est donc de renforcer la compétitivité et l'attractivité des ports par des entreprises proposant des prestations de qualité.

#### Le port, au centre d'une dynamique sociale

Les conditions de travail et d'accueil des personnels et agents travaillant sur le port, l'accès à la formation tout au long de la vie ou encore le développement de nouveaux métiers, en lien avec les évolutions du marché de la plaisance, sont tout autant de points sur lesquels il est important de s'interroger afin de rendre pertinents les projets de développement portuaire. La qualité de vie au travail - qui articule santé au travail et compétences - des différents professionnels constitue en effet un levier de la performance et de la qualité de services des entreprises.

Par ailleurs, les ports et les zones touristiques qui les jouxtent sont soumis à la forte saisonnalité des activités, provoquant des besoins importants de recrutement l'été.

Comment alors permettre une bonne intégration des employés saisonniers aux équipes du port, leur permettre des conditions de logements acceptables ou encore, les orienter à l'issue de leurs missions vers de nouveaux débouchés ?

Se pose aussi la question de l'implication et de la consultation de l'ensemble des populations locales dans l'élaboration du projet portuaire et la façon de le rendre accessible, visible et lisible par tous.

La conservation de la mixité des usages est également un enjeu fort qui se traduira dans les projets d'aménagement.

## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.7. Structurer son projet portuaire et de destination sur les grands piliers de la Charte Sud de France Nautique de l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon

#### Le port, un lieu d'histoire et de patrimoine

Les ports de plaisance ne sont pas de simples objets techniques, ils revêtent « une dimension subjective qu'on ne peut ignorer : en s'ouvrant sur l'espace maritime, ils deviennent supports du rêve ».

Le port est bien souvent associé dans l'imaginaire collectif aux voyages, à l'aventure, aux grandes odyssees.

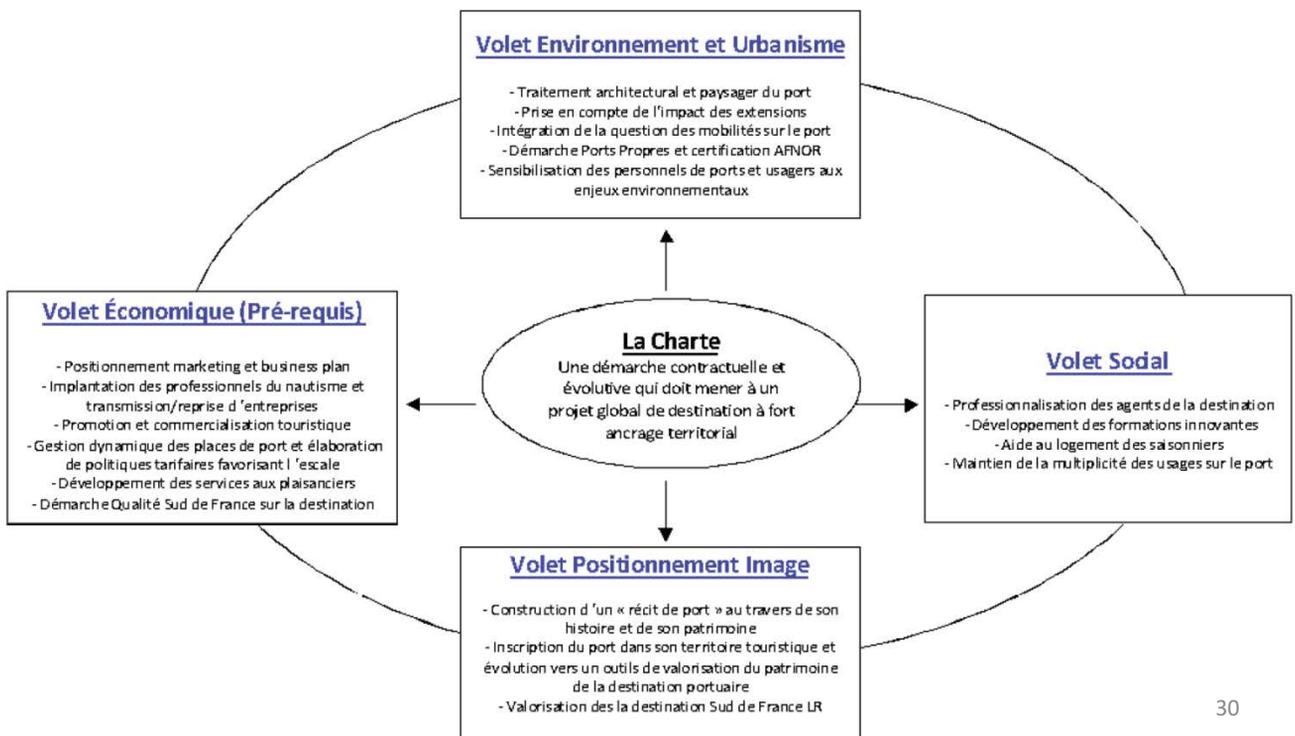
Il est aussi appréhendé comme un lieu d'échanges culturels.

Il est donc important d'en restituer toute la profondeur historique et patrimoniale en

s'interrogeant sur la façon de valoriser ces aspects auprès des usagers du port.

En tant que porte d'entrée d'un territoire élargi ou d'une destination, le port doit pouvoir devenir la vitrine des richesses de son hinterland touristique.

Il est nécessaire de travailler sur ce qui en fait sa spécificité, autant en termes de grand patrimoine, de monuments, de fêtes et traditions, de métiers ou encore de gastronomie, l'authenticité étant aujourd'hui fortement recherchée par le grand public et les clientèles touristiques.





## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.8. Prendre en compte la stratégie nautique et maritime fixée par la Région Occitanie dans le cadre du **Parlement de la mer et du Plan littoral 21**

Cinquante ans après la Mission Racine, le Plan littoral 21 vise à donner un nouvel élan à l'économie maritime et littorale : modernisation des infrastructures portuaires et touristiques, montée en gamme de l'hébergement, aménagement et protection de la côte, soutien à l'innovation.

Son but est de faire émerger et permettre la réussite des projets concernant le littoral portés par les collectivités et les acteurs des territoires pour initier une « croissance bleue » liée à la mer.

Pourquoi le Plan littoral 21 ? Générer des investissements de la Région dans le cadre de sa politique maritime et littorale, mettre en place de nouvelles activités économiques pérennes, créer des emplois, et mobiliser des leviers nationaux et européens.

Les 4 grands volets du Plan littoral 21 :

#### 1/ Volet aménagement

Accompagner les communes dans le développement de projets équilibrés entre les populations permanentes et touristiques et dans le développement de transports durables.

#### 2/ Volet économique

Développer l'activité des ports de commerce, la pêche, l'aquaculture et les filières industrielles liées à la croissance autour de la mer avec un accent particulier sur l'éolien off shore.

#### 3/ Volet touristique de requalification des stations littorales et des ports de plaisance

Restructurer et réhabiliter l'offre de service et l'offre immobilière, tant en matière de taille et de confort des hébergements, qu'en matière d'offre de loisirs et d'activités multi-saisons, et en traitant du logement des saisonniers.

#### 4/ Volet environnemental

Gérer, avec le Contrat de plan État-Région 2015-2020, le trait de côte et le risque accru de submersion et de fragilité du cordon dunaire. Repositionner des activités, l'écoconception des investissements portuaires, le développement de récifs artificiels, la préservation de la qualité des eaux et des habitats.

## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.10. Etre pilote de la stratégie nautique portée par la Fédération Française des Ports de Plaisance en matière portuaire, touristique et environnementale

La Fédération Française des Ports de Plaisance travaille actuellement à l'élaboration d'une démarche qualité et d'un référentiel de labellisation des ports de plaisance. Ce dernier est co-construit avec le ministère délégué au Tourisme et la Direction Générale des Entreprises pour, à terme, une reconnaissance officielle via la démarche Qualité Tourisme.

Ce label qualité des ports s'inscrit dans l'axe 3 de la stratégie FFPP - ODYSSEA 2014-2020 : *Réalisation d'un plan Qualité des Destinations Bleues, visant à développer la qualité de l'accueil, une montée en gamme des offres et des services et une meilleure accessibilité pour tous.*

**Pourquoi développer une démarche Qualité nationale des ports de plaisance et quels avantages pour les structures qui s'engageront dans ce processus ?**

- **Répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus exigeante en matière d'équipements et de services.** La volonté de développer un référentiel de qualité des ports de plaisance répond à la nécessité de s'adapter aux évolutions des clientèles touristiques de plaisanciers ou terrestres, amenées à visiter les ports. En effet, comme l'a souligné l'étude menée, en 2008, sous la Direction d'ODIT France, « Les marchés de la plaisance », les cibles de clientèles de notre secteur d'activité souhaitent des services portuaires et péri-portuaires à plus forte valeur ajoutée et aux standards plus élevés, des aménagements cohérents, des prestations mettant bien plus en avant les relations entre le port et sa région touristique. La démarche Qualité des ports

de la FFPP, est une démarche de qualité globale, pour améliorer la compétitivité des destinations portuaires. Ce sera aussi une marque de confiance dont l'objectif est la qualité du service pour la satisfaction du client et qui constitue pour les plaisanciers un gage de confiance. Banyuls-sur-Mer sera un des premiers ports de la région Occitanie et de France à s'engager dans cette démarche.

- **Une reconnaissance pour le gestionnaire du port de plaisance et un système d'amélioration continue.** Adhérer à la marque qualité Ports de plaisance engagera le port de Banyuls-sur-Mer sur la durée dans les domaines suivants : la communication et l'information, le savoir-faire et le savoir-être, la professionnalisation, le confort et la propreté des lieux, le développement durable du territoire, la valorisation touristique du territoire et la qualité de la prestation, l'accessibilité pour tous. Ce label doit permettre au gestionnaire d'améliorer sans cesse la qualité de ses services et de garantir au client une marque digne de confiance. La qualité permet d'améliorer l'image de l'établissement et de mettre en œuvre une gestion plus efficace. Il en résulte une augmentation de l'activité et une meilleure maîtrise des coûts. Pour l'ensemble du réseau, il s'agit également de la reconnaissance, par le client final et par ses partenaires institutionnels, d'une filière qualifiée. D'autres avantages internes et externes peuvent être soulignés, du fait de la mise en œuvre d'une démarche qualité.

## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.11. Prendre en compte la stratégie touristique fixée par l'Etat Français : les cinq pôles d'excellence pour renouveler l'image touristique de la France

S'inscrire dans la stratégie des cinq pôles d'excellence pour renouveler l'image touristique et l'attractivité de la France. A l'issue des Assises du tourisme, le ministre des Affaires étrangères a annoncé la mise en place de cinq pôles d'excellence touristique.

Ces pôles doivent permettre de renouveler et d'adapter l'offre touristique française aux évolutions des attentes des touristes, sur des thèmes porteurs sur lesquels la France peut développer et mieux valoriser son offre.

Les produits ciblés par les pôles d'excellence touristique sont les suivants : oenotourisme, montagne en été, écotourisme, tourisme de savoir-faire et tourisme nocturne.

#### Pourquoi des pôles d'excellence touristique ?

- Pour rassembler les professionnels concernés par chaque thématique : au total, près de 200 professionnels auditionnés par les fédérateurs des pôles et les services du MAEDI.

- Pour identifier collectivement des actions à mener pour développer leurs offres et promouvoir leurs produits à l'international et donc inciter les touristes internationaux à prolonger leur séjour et à découvrir l'ensemble de notre territoire.

Des propositions concrètes identifiées sur chaque thème.

Les propositions d'action identifiées dans le cadre des auditions seront intégrées dans une feuille de route visant à développer et promouvoir le ou les produits touristiques concerné(s).

Des actions transversales à tous les pôles seront lancées à court terme.

Banyuls-sur-Mer a décidé de fonder son développement sur 3 des 5 pôles d'excellence touristique actuels : oenotourisme, écotourisme et tourisme de savoir-faire. En plus de ces 3, Banyuls-sur-Mer va travailler sur des axes prioritaires en devenir de la France : le tourisme nautique / le tourisme bleu

## 5 PÔLES D'EXCELLENCE





## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.12. Les axes stratégiques du modèle et du label des Destinations Bleues d'Excellence by Odyssea sur lesquelles la Ville de Banyuls-sur-Mer va s'appuyer pour développer sa stratégie pour un tourisme durable, innovant, solidaire et intégré

Le port de Banyuls-sur-Mer est adhérent de la Fédération Française des Ports de Plaisance (FFPP).

**Depuis environ 10 ans, la FFPP a ouvert son champ d'horizon en souhaitant participer plus amplement à la vie économique, culturelle et sociale de son territoire. Pour atteindre cet objectif, la FFPP a délégué sa marque Odyssea au GEC Odyssea.**

Après une première phase d'expérimentation avec plusieurs projets européens 2007-2013 approuvés, la FFPP et le GEC Odyssea lancent pour la période 2014-2020 Odyssea Croissance et Tourisme Bleu, « le Tourisme bleu autour des Ports », selon les 6 axes stratégiques.

- **Axe 1. Des investissements productifs, innovants et éco-compatibles concernant l'aménagement des destinations portuaires** en lien avec leur collectivité régionale, pour assurer plus d'attractivité et la promotion des voies bleues & vertes au fil de l'eau.
- **Axe 2. La mise en réseau et la promotion d'offres « Ecotourisme bleu »**, organisées et structurées autour des voies bleues navigables et vertes au fil de l'eau, leur valorisation culturelle et leur médiation numérique le long d'un grand « itinéraire culturel Mer et Terre ».
- **Axe 3. Un label des Destinations Bleues**, visant à développer la qualité de l'accueil, une montée en gamme des offres et des services et une meilleure accessibilité pour tous de la destination. Ce label des « destinations bleues » intègre le label filière portuaire mis en place par la Fédération Française des Ports de Plaisance. Il y a donc dans le modèle de développement Odyssea, l'intégration d'un label filière qui est le socle commune (port de plaisance) et le label destination (territoire).
- **Axe 4. L'organisation de l'itinérance douce autour de la symbiose ville – port de plaisance – hinterland**, grâce au concept innovant d'éco-gare et d'écomobilité.
- **Axe 5. Le développement durable autour d'un nouveau modèle d'économie plus solidaire, plus éthique, plus respectueux de l'environnement et des cultures locales**, structuré autour d'un « cluster économique d'acteurs des voies bleues et vertes », d'une coopération territoriale et d'une mise en réseau exemplaire en France et en Europe. Il s'agit d'un écotourisme original basé sur l'innovation technologique et les nouveaux moyens d'écomobilité à partir du littoral vers les hauts-pays, le long d'un itinéraire culturel et touristique valorisant le territoire et le terroir.
- **Axe 6. La formation et l'insertion économique** des acteurs économiques engagés et des personnes à la recherche d'emploi.



## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORIALE

### 1.12. Les reconnaissances du modèle et du label des Destinations Bleues d'Excellence by Odyssea sur lesquelles la ville de Banyuls-sur-Mer va s'appuyer pour développer sa stratégie pour un tourisme durable, innovant, solidaire et intégré

- Le modèle ODYSSEA a été retenu comme projet stratégique, au **sommet euro-méditerranéen de l'Union Pour la Méditerranée**, devant les 44 ministres européens du Tourisme, ainsi que par la Commission Européenne. Le modèle Odyssea® a été retenu comme projet stratégique en raison de la structuration touristique durable, coordonnée, intégrée et solidaire qu'il prône. Odyssea a su montrer que son modèle de développement se fondait, dans le respect des territoires, des identités, des savoirs et savoir-faire locaux sur le triptyque : développement économique par des partenariats Public-Privé, valorisation de l'environnement comme moteur de croissance et d'économie locale, effet social par la création ou la mutation d'emplois non délocalisables.
- Le rapport de la **Commission Européenne en partenariat avec la DATAR** retient Odyssea FIM comme projet exemplaire. 29 projets ont ainsi été répertoriés comme exemplaires. Odyssea FIM a été l'un d'entre eux sur les actions suivantes : Implication des acteurs territoriaux clés - Contribution aux priorités communautaires – Transférabilité / dissémination des résultats - Degré d'innovation - Cohérence et synergie avec les politiques régionales, avec les objectifs « Compétitivité régionale et emploi » et « Convergence ».
- La **Commission Européenne, dans sa « Stratégie 2014-2020 pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime »** a retenu le modèle Odyssea comme un modèle innovant, durable et de grande qualité (COM 2014 – 86 FINAL).
- Odyssea a été mis à l'honneur par la Commission Européenne, lors de la Conférence « **Une coopération intelligente dans le tourisme maritime et côtier** ». La Commission Européenne a pour priorité de stimuler l'emploi, la croissance et l'investissement, et cela passe notamment par le tourisme maritime et côtier. Cette réunion a permis la présentation des 6 axes stratégiques Odyssea Croissance et Tourisme Bleu 2014/2020, et les acquis du modèle 2007-2013.
- Le modèle Odyssea® est cité en exemple dans le **rapport de l'Organisation Mondiale du Tourisme sur les Routes et Itinéraires culturels**. Ce rapport explique comment les itinéraires culturels peuvent, dans une stratégie de structuration et de promotion, être un vrai support innovant de développement durable, culturel et économique pour les destinations et les entreprises, à l'exemple du modèle digital de la plateforme Odyssea.





## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.12. Les reconnaissances du modèle et du label des Destinations Bleues d'Excellence by Odyssea sur lesquelles la ville de Banyuls-sur-Mer va s'appuyer pour développer sa stratégie pour un tourisme durable, innovant, solidaire et intégré

- **Le Plan Méditerranée pour une Croissance Bleue, validé en conseil des ministres le 6 juillet 2016, retient le modèle Odyssea** présenté par la FFPP, comme un modèle à étendre en tant que projet de développement intégré des ports de plaisance et leur arrière-pays... Les travaux de la COP21 ont élargi le consensus autour de l'urgence d'agir en faveur du climat, tout en faisant ressortir que la résilience au changement climatique ne pourra pas être obtenue sans de profondes évolutions des activités économiques en faveur d'objectifs environnementaux et sociaux. En particulier, la bonne santé des océans est apparue comme indissociable des objectifs climatiques et nécessitant une stratégie de changement. Odyssea intègre l'action 4 : déployer des projets locaux, intégrés et multi-acteurs démontrant la faisabilité d'un développement durable - Extension du projet de développement intégré des ports de plaisance et leur arrière-pays à des territoires situés hors de l'UE projet Odyssea.
- **La participation du GEC Odyssea au Groupe de Haut Niveau Tourisme.** Ce groupe de travail est présidé par M. Matthias FEKL, secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur, de la Promotion du tourisme et des Français de l'étranger. Une coopération organisée par l'équipe de Michel DURRIEU, directeur du Pôle Tourisme du ministère des Affaires étrangères et du Développement international (MAEDI).





## 1. S'INSCRIRE DANS LES ECHELLES DE GOUVERNANCE TERRITORALE

### 1.13. Prendre en compte la stratégie touristique fixée par la Commission Européenne pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime

L'extraordinaire beauté, la richesse culturelle et la grande diversité des régions côtières de l'UE en ont fait l'une des destinations préférées de nombreux vacanciers en Europe et au-delà.

Le tourisme côtier et maritime est donc un important secteur touristique qui emploie plus de 3,2 millions de personnes, génère un total de 183 milliards d'euros en valeur ajoutée brute et représente plus d'un tiers de l'économie maritime. Pas moins de 51 % de la capacité hôtelière européenne est concentrée dans les régions côtières.

**Dans le cadre de sa stratégie « Croissance bleue », l'UE estime que le tourisme côtier et maritime recèle un fort potentiel pour stimuler une croissance intelligente, durable et inclusive en Europe.**

D'après l'étude sur la croissance bleue, ce secteur vient en tête en ce qui concerne la valeur ajoutée brute et l'emploi, et il devrait croître de 2 à 3 % d'ici 2020.

En 2012, le tourisme de croisière représentait à lui seul 330 000 emplois et un chiffre d'affaires direct de 15,5 milliards d'euros et ces chiffres devraient encore augmenter.

La Journée européenne de la mer 2013, consacrée au tourisme côtier et maritime, a été l'occasion de présenter les résultats d'une consultation publique visant à préparer une communication sur ce secteur.

Le 20 février 2014, la Commission Européenne

a adopté une communication intitulée « Une stratégie européenne pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime ». Cette nouvelle stratégie vise à développer le tourisme côtier et maritime en Europe afin de libérer le potentiel de ce secteur prometteur.

La Commission a défini 14 mesures qui peuvent aider le secteur à se développer de manière durable et à donner une nouvelle impulsion aux régions côtières d'Europe.

Elle propose par exemple d'élaborer un guide en ligne recensant les principales possibilités de financement disponibles pour le secteur, et de soutenir la mise en place de partenariats transnationaux et interrégionaux, de réseaux, de regroupements et de stratégies de spécialisation intelligente dans le tourisme côtier et maritime.

La Commission collaborera avec les États membres, les autorités régionales et locales et le secteur pour mettre en œuvre ces mesures.

**Les grands axes stratégiques de la Commission Européenne pour plus de croissance et d'emploi dans le tourisme côtier et maritime sont les suivants :**

- 1. Stimuler la performance et la compétitivité.**
- 2. Promouvoir les compétences et l'innovation.**
- 3. Renforcer la durabilité.**





## 2. DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

	Sommaire	p 3
	Comité de rédaction	p 4
	L'objet de ce document	p 5
	Document connecté 2.0	p 6
	Mots clés	p 7
	Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
	Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea	p 14
	1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale	p 20
	<b>2. Diagnostic de territoire</b>	<b>p 39</b>
	3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation	p 49
	4. La stratégie touristique	p 62
5. Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer		p 182
6. La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable		p 251
7. Synthèse des projets et calendrier de réalisation		p 262



## 2. DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

### 2.1. Présentation du territoire d'intervention

Banyuls-sur-Mer est une petite ville de 4 661 habitants (dernières données INSEE de 2012) située dans le département des Pyrénées-Orientales et rattachée à la nouvelle grande région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.

**Banyuls-sur-Mer fait partie des quinze communes qui composent la Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibéris** qui compte 54 815 habitants (source Insee 2013) pour une superficie de 292 km<sup>2</sup>.

Banyuls-sur-Mer est une station balnéaire localisée sur la Côte vermeille (appelée aussi côte rocheuse) entre Port-Vendres et Cerbère. La ville de Banyuls-sur-Mer a cette particularité d'être frontalière de l'Espagne.

Les moyens d'accès dans cette ville touristique se font essentiellement par voie routière et ferroviaire.

La route départementale n° 914 appelée aussi la route côtière ou la route du bord de mer, qui se prolonge jusque la frontière espagnole dessert Banyuls et permet sa liaison avec les villes de la côte rocheuse et avec Perpignan.

Sa fluidité, en période d'été est très réduite, en raison de son tracé exigü et en lacet quand elle traverse le massif des Albères. Toutefois, sa

configuration en voie rapide, à la sortie de Collioure, permet de relier Banyuls à Perpignan en 30 minutes.

La gare SNCF de Banyuls-sur-Mer est desservie quotidiennement et régulièrement par le TER Régional Occitanie / Pyrénées-Méditerranée qui offre une liaison de qualité avec toutes les communes de la Côte vermeille, avec la ville centre de Perpignan et Montpellier.

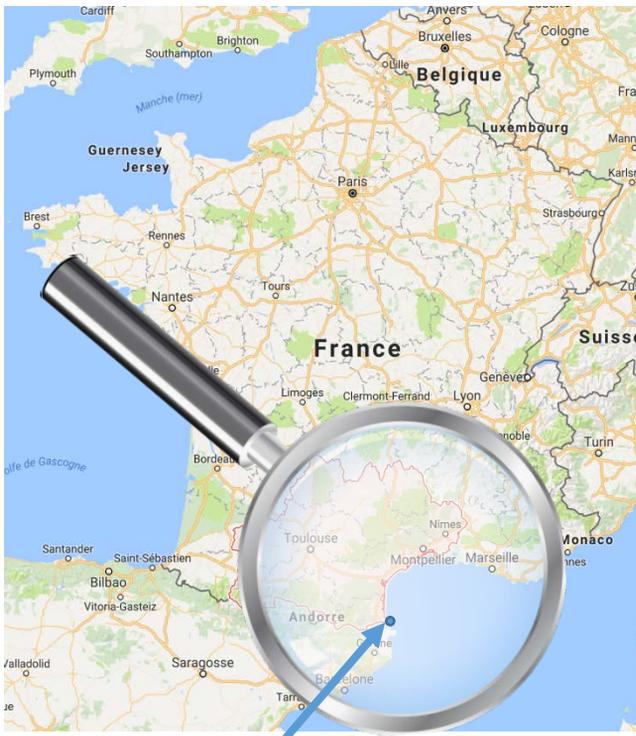
Il est à noter que le département des Pyrénées Orientales dispose d'une infrastructure permettant l'arrivée en gare de Perpignan en Train à Grande Vitesse.

Concernant les liaisons aériennes, l'aéroport de Perpignan accueille de nombreuses destinations nationales et européennes, au moyen de compagnies Low cost très utilisées en période d'été par les vacanciers.

L'aéroport de Gerona, en Catalogne espagnole, situé à environ 1 heure 30 de route de Banyuls-sur-Mer connaît une fréquentation et un trafic plus dense que celui de Perpignan, en raison des lignes proposées, mais son éloignement routier actuel n'incite pas la population banyulense ou ses visiteurs à privilégier ce type de moyen d'accès.

## 2. DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

### 2.1. Présentation du territoire d'intervention



## 2. DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

### 2.1. Présentation du territoire d'intervention

La Ville de Banyuls-sur-Mer bénéficie d'un solde migratoire positif, avec un développement de sa population de 2,3 % entre 1999 et 2007. Cette tendance, qui se poursuit aujourd'hui, devrait encore s'accroître dans les années à venir.

On peut toutefois noter un vieillissement de la population (la tranche d'âge, de 60 ans et plus, représente près de 25 % de la population totale) qui s'explique par l'arrivée de retraités, souvent propriétaires d'une résidence secondaire, s'installant définitivement sur la commune.

La Ville de Banyuls-sur-Mer comptait au dernier recensement INSEE 2011, 4 639 logements dont 2 296 résidences principales et 2 293 résidences secondaires. Il n'existe pratiquement pas de logements vacants (< 50). Les maisons individuelles ou semi-individuelles représentent 45 % du parc logement et les appartements, au nombre de 2 526, soit 55 %. Les espaces perméables (non bâtis) sont nombreux sur le territoire de la commune et contribuent à la qualité urbaine de Banyuls, que l'on peut définir comme une cité aérée, où il fait bon vivre.

En 2010, le revenu fiscal net par foyer était de 19 935 euros (en moyenne nationale : 23 782 euros). Au troisième trimestre 2013, le taux de chômage s'élevait à 16,7 % ; un chômage qui, après stagnation, a progressé dès 2008 avec l'arrivée de la crise économique, de nature structurelle, au plan national.

L'identité paysagère de la Ville de Banyuls-sur-Mer est marquée par la mer, sa grande plage centrale (qui la distingue de ses villes voisines) bordée par des « falaises » maritimes souvent recouvertes de vignes et par son relief montagneux en fond de panorama.

**Banyuls, avec son front de mer et son espace portuaire de plaisance, est « intégrée » (en bordure) à la réserve naturelle marine de « Cerbère-Banyuls »** qui couvre 650 hectares de mer entre les 2 Communes et cet espace protégé et règlementé est l'unique réserve naturelle exclusivement marine de France. La ville est également intégrée au Parc naturel marin du golfe du Lion.

La viticulture (600 emplois à temps plein) et le tourisme sont, dans l'ordre, les deux premières activités économiques de la ville.



## 2. DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

### 2.2. Une ville à l'identité catalane forte

Banyuls-sur-Mer est une petite ville balnéaire, pleine de charmes multiples.

Située à l'extrémité orientale des Pyrénées, son ensoleillement, sa situation géographique et son relief remarquable (au pied du massif des Albères), son large front de mer, qui la distingue favorablement de ses communes voisines (Port-Vendres, Collioure et Cerbère), son vignoble de réputation mondiale (par sa particularité de plantation, sa qualité de production ses paysages de fortes pentes), la qualité de ses offres et services touristiques (nautique, culture & patrimoine, saveurs & gastronomie, nature & découverte) et son ambiance familiale, en font une destination très prisée par les vacanciers.

**Contrairement à d'autres stations balnéaires de sa taille, Banyuls n'a pas connu d'urbanisation à outrance et « d'arrivée massive de béton » sur sa côte.**

Son tissu urbain est caractérisé par un bâti ancien et dense (son centre historique) et par un bâti plus récent et moins dense d'une hauteur moyenne R+2.

Banyuls a su conserver et préserver son caractère authentique. Son urbanité est donc essentiellement composée de maisons catalanes individuelles et très typiques, mitoyennes en cœur de ville et dans le vieux village, reliées pour une bonne partie d'entre elles par des chemins d'accès souvent étroits, pouvant s'apparenter à des venelles piétonnes, en raison des modes de déplacement pratiqués.

Des ruelles grimpantes et colorées qui desservent un bâti serré et enchevêtré, aux modénatures originales (balcons en fer forgé et saillies en pierres sculptées) et dont la promiscuité est facteur d'un lien social de qualité.

En période estivale, Banyuls-sur-Mer voit sa population multipliée au moins par quatre. Au-delà de la séquence estivale (ressource importante et primordiale pour l'économie locale), un autre point saillant donne sens au projet global de développement territorial pensé et porté par la nouvelle municipalité : la croissance démographique.



## 2. DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

### 2.3. L'attractivité touristique de Banyuls-sur-Mer

L'importance de l'activité touristique sur Banyuls-sur-Mer se traduit globalement par le nombre annuel de nuitées recensées, soit en moyenne plus de 160 000 nuitées touristiques comptabilisées sur la ville :

- 2013 : 166 049
- 2014 : 160 579
- 2015 : 158 428
- 2016 : 158 151

La fréquentation à l'accueil de l'office de tourisme par rapport aux années précédentes ( + 5.40%). Sur l'ensemble de l'année, l'Office du Tourisme en particulier accueille plus de 83183 personnes (+ 4 606 entrées qu'en 2015).

L'activité se développe dès le mois d'Avril avec les vacances scolaires de Pâques étalées sur près d'1 mois et demi ainsi que l'arrivée de touristes européens (dont 23% de belges, 22% de GB, 18% d'espagnols / catalans et 15% d'allemands) et elle se termine généralement à la mi-novembre après la traditionnelle Fête des Vendanges ( 2<sup>ème</sup> week-end d'Octobre).

La clientèle française provient majoritairement de la Région Occitanie et de la région Ile de France en saison. Depuis quelques saisons, les clientèles des bassins Ouest / Pays de Loire et Lyon Rhône-Alpes augmentent en fréquentation sur Banyuls.

La typologie de la clientèle se traduit comme suit :

(1) hors saison – (2) avril à septembre

Famille : (1) 25 % – (2) 45 %

Sénior : (1) 60 % – (2) 35 %

Jeunes : (1) 15 % – (2) 15 %

**Les activités pratiquées se répartissent ainsi en consommation touristique**

**Nature (randonnée, plongée) : 21 %**

**Caves et dégustation – vente : 20 %**

**Visites culturelles / Biodiversarium : 18 %**

**Thalassothérapie : 19 %**

**Restauration : 22 %**





## Analyse du tourisme sur la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée (données : les chiffres clés du tourisme, Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée)

- 30 millions de touristes accueillis par an dont 8 millions sur le littoral
- 4ème rang au niveau national en termes de consommation - 14 milliards € de consommation touristique, soit 10 % du PIB régional
- Le tourisme fait partie des trois secteurs phares de la région.
- 1,42 milliards d'euros investis au total par an dans le secteur touristique (source Atout France).
- 108 000 emplois dans les activités liées au tourisme (source Insee, DADS) hors emplois publics.
- Environ 38 000 entreprises dans les activités caractéristiques du tourisme.
- 1ère région pour la fréquentation touristique française : 154 millions de nuitées
- 3ème région pour la fréquentation touristique étrangère avec 67 millions de nuitées
- 1ère région pour la capacité d'accueil touristique de France : 3,4 millions de lits touristiques dont 900 000 lits dans les hébergements marchands.
- 1ère région pour la capacité et la fréquentation de l'hôtellerie de plein-air
- 1ère région thermale en nombre d'établissements avec 166 000 curistes par an.
- 1ère région en termes de nombre d'établissements labellisés Qualité Sud de France : 1 169 établissements labellisés.
- 45 chefs étoilés

### Le tourisme patrimonial et culturel

- 1ère région ayant le plus grand nombre de sites classés au Patrimoine mondial de l'Unesco (8 sites : Albi et sa cité épiscopale, Pont du Gard, Cirque de Gavarnie, Cité de Carcassonne, Causses et Cévennes, Canal du Midi, Fortification Vauban, Chemin de St. Jacques de Compostelle)
- 3ème région ayant le plus de monuments historiques (4 500) et festivals de musique

### Le tourisme de nature

- 38 stations de montagne
- 14 sites labellisés Grands Sites de France
- 2 parcs nationaux, 1 parc naturel marin, 6 parcs naturels régionaux

### La plaisance et le loisir nautique

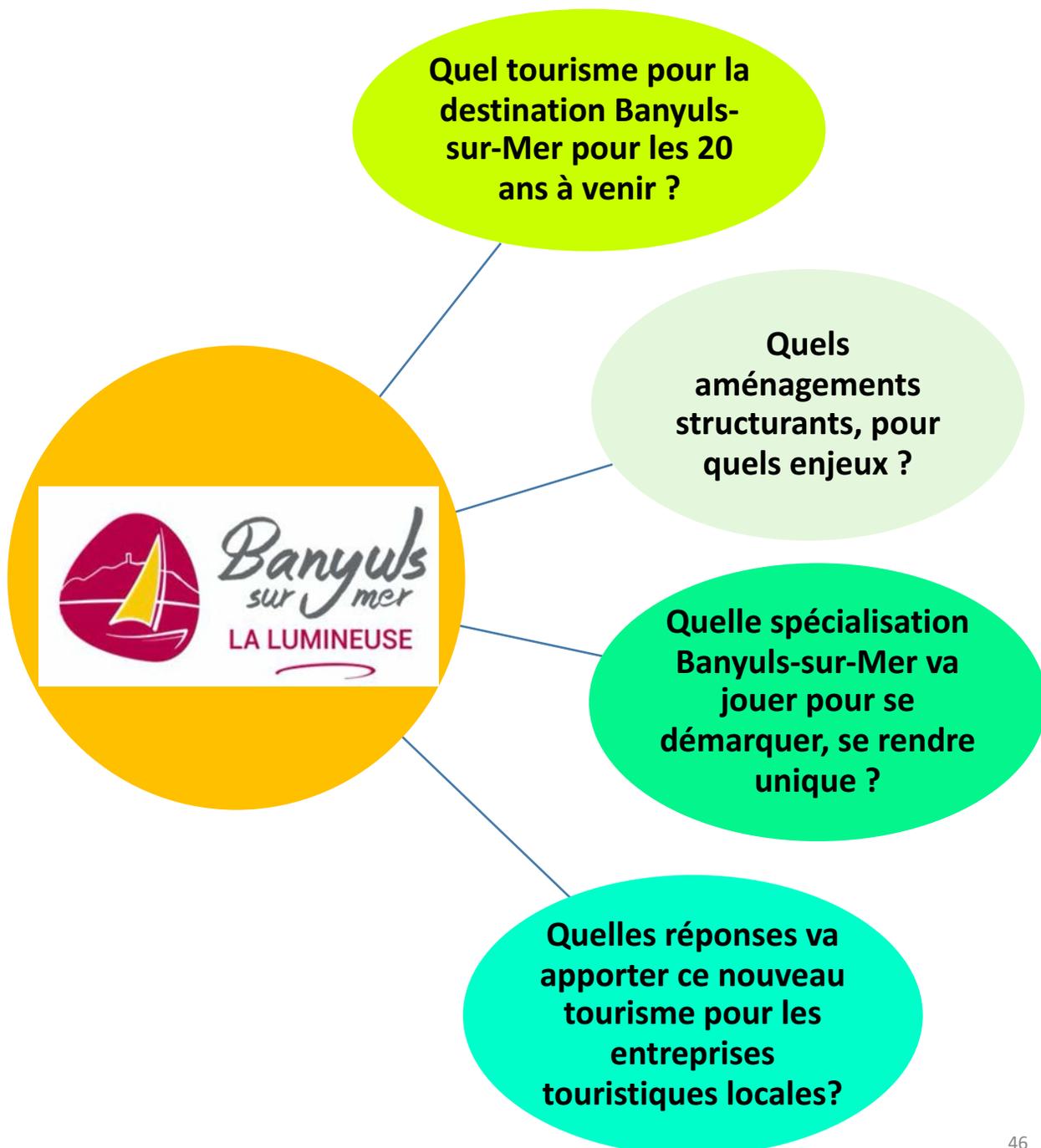
- 28 ports maritimes
- 105 000 bateaux immatriculés, 33 000 places de port
- Le plus grand port de plaisance d'Europe (Port Camargue : 5 000 anneaux)
- 1 790 entreprises dans le secteur de la plaisance
- Des fabricants de catamarans leaders mondiaux (Atelier Outremer, Catana, Swiss Catamaran)

### L'œnotourisme

- Plus de 100 domaines ouverts à l'œnotourisme
- Forte présence à l'export via les maisons de la Région
- Structure régionale dédiée à cette filière via le Club Oenotourisme

## 2. DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

### 2.4. L'analyse SWOT



## 2. DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

### 2.4. L'analyse SWOT

#### FORCES

- Une image touristique positive
- Un potentiel touristique exceptionnel
- Un capital naturel et culturel important
- Un fort potentiel nautique
- Le pôle scientifique de l'Observatoire Océanologique
- Des vins reconnus dans le monde
- Le Parc naturel marin du golfe du Lion, la Réserve naturelle marine de Cerbères-Banyuls...
- Une côte idéale pour la pratique des activités nautiques et l'itinérance nautique

#### OPPORTUNITÉS

- Développer une vraie politique touristique autour de l'écotourisme et l'écomobilité en valorisant les ressources naturelles et culturelles sur Banyuls et à 1h
- Jouer sur une identité catalane forte et porteuse de valeur et de développement économique
- Devenir une destination phare dans le monde du nautisme
- Devenir une destination de tourisme scientifique maritime d'excellence nationale
- Devenir une multi-destination
- Faire de la mer un axe de circulation touristique

#### FAIBLESSES

- Un tourisme ne correspondant plus totalement aux nouvelles attentes des clientèles
- Un port non sécurisé et ne correspondant plus aux attentes des plaisanciers
- Une réelle difficulté de circulation par la route
- Un front de mer du passé, peu propice au développement économique des entreprises
- Un développement touristique non structuré
- Un enclavement géographique demandant la mise en place d'une communication ciblée et marquée

#### MENACES

- Un risque de dégradation de la qualité environnementale
- La disparition des activités nautiques liées à l'état actuel du port
- Une compétition forte des territoires voisins en matière de tourisme
- Une attractivité touristique en baisse par manque de modernisation du front de mer
- Un faible revenu issu du vin ayant pour conséquence un manque d'entretien de paysages viticoles
- Le manque d'emplois à forte valeur ajoutée pour les jeunes Banyulencs dans le tourisme



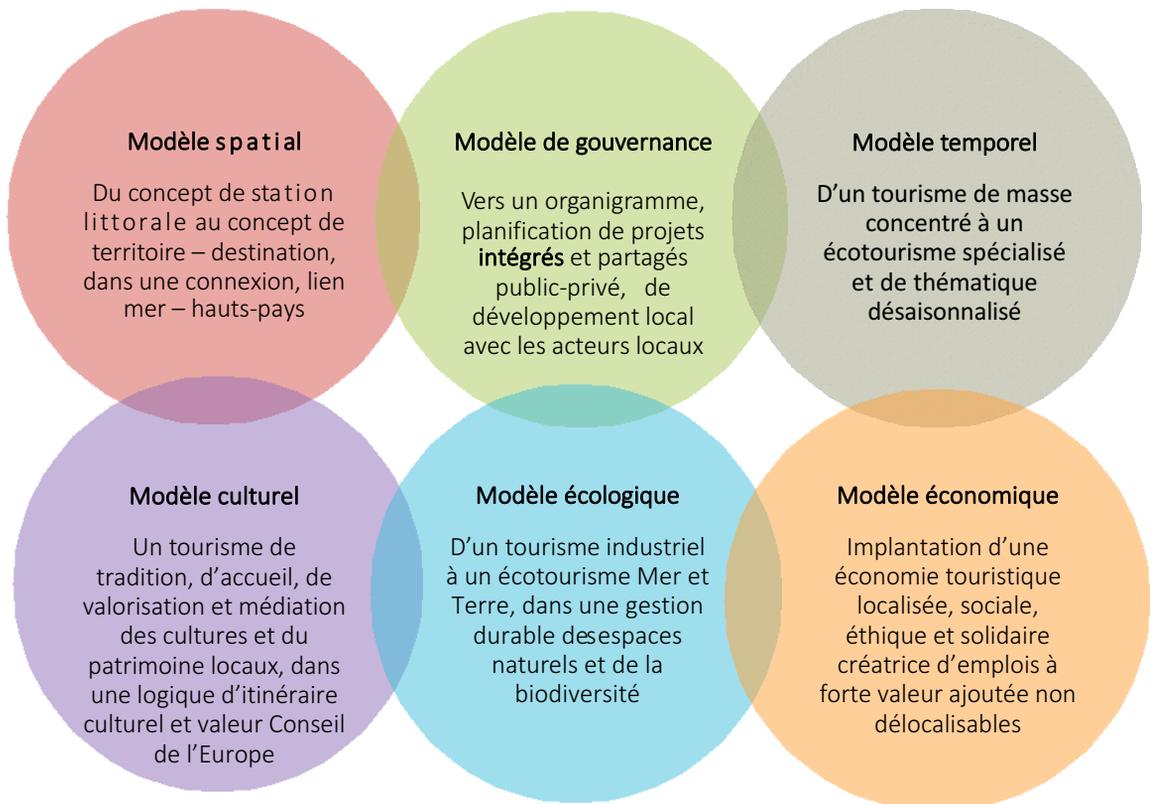


### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

	Sommaire	p 3
	Comité de rédaction	p 4
	L'objet de ce document	p 5
	Document connecté 2.0	p 6
	Mots clés	p 7
	Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
	Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea	p 14
	1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale	p 20
	2. Diagnostic de territoire	p 39
	<b>3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation</b>	<b>p 49</b>
	4. La stratégie touristique	p 62
5. Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer		p 182
6. La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable		p 251
7. Synthèse des projets et calendrier de réalisation		p 262

### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.1. Les 6 modèles de gouvernance et les 5 grandes valeurs



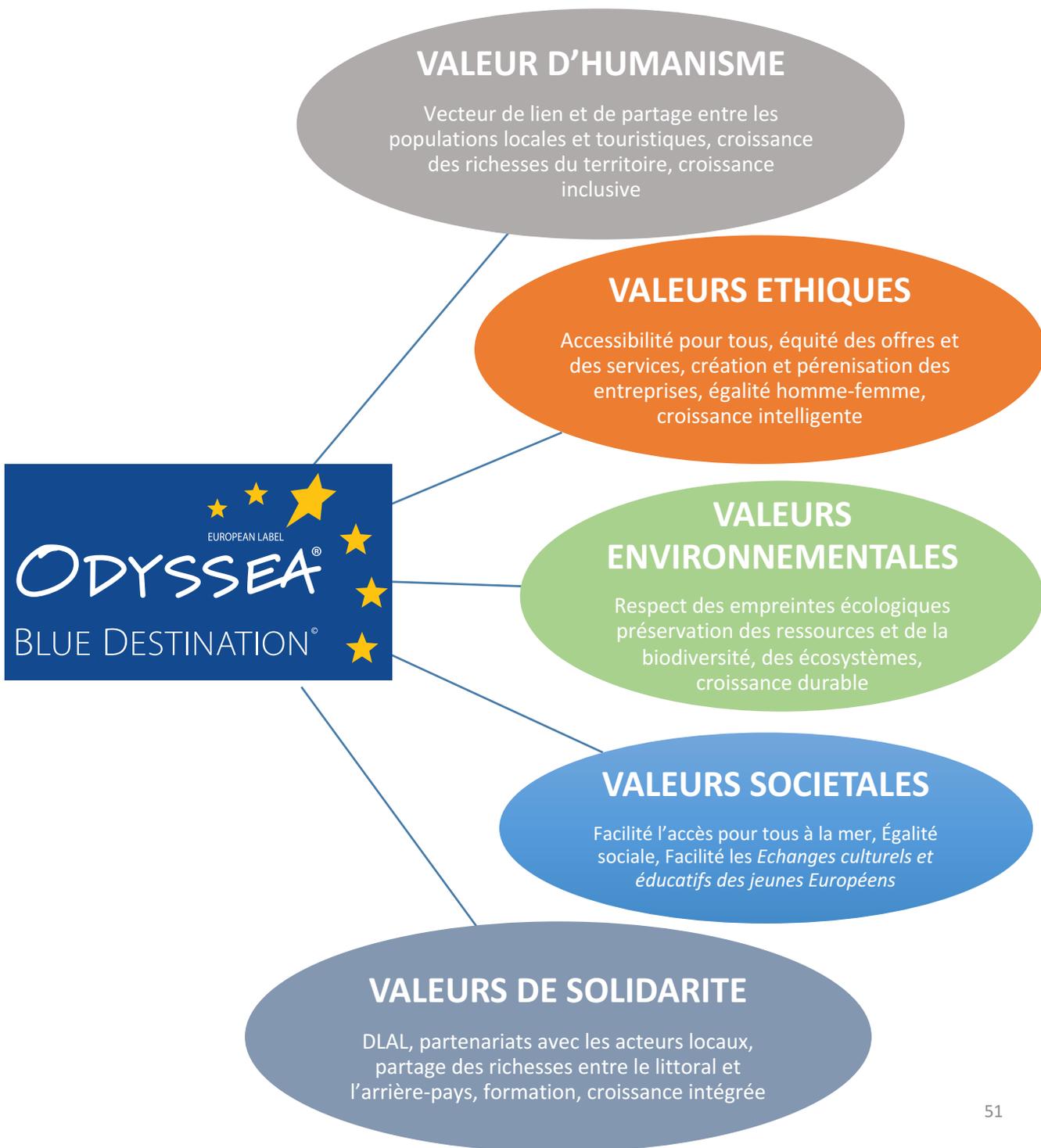
**Ce schéma stratégique de développement touristique de la destination Banyuls-sur-Mer et qui sera appliqué par la ville doit encourager les prestataires locaux du tourisme mais aussi la population à être acteurs de leur territoire**

Un objectif qui se traduit par les orientations suivantes :

- Etre moteur dans le développement et la valorisation d'un espace de tourisme et de loisirs intégré, respecté par et pour tous ;
- Soutenir une activité tourisme fondée sur les richesses de Banyuls, diversifiée en tant qu'offres, ouverte sur l'avant et l'après saison ;
- Développer une activité touristique respectueuse de son patrimoine naturel qu'il soit de mer ou de terre ;
- Mettre en synergie les prestataires touristiques locaux par la création d'un Développement Local par les Acteurs Locaux (DLAL) ;
- Mettre au centre du projet la culture et le patrimoine de Banyuls-sur-Mer ;
- Partager les richesses économiques pour plus d'égalité sociale entre les territoires.

### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.1. Les 6 modèles de gouvernance et les 5 grandes valeurs



### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.2. Travailler en partenariat avec les acteurs locaux ainsi que les institutions locales, départementales, régionales, nationales et européennes.

La Ville de Banyuls-sur-Mer va structurer son développement écotouristique en combinant deux niveaux : le niveau local et le niveau qui va du Département à l'Europe.

- **L'échelle locale : Mettre en place un écotourisme « avec » et « pour » les entreprises touristiques.**

Le développement touristique de Banyuls-sur-Mer sera mené par, entre autres, la mairie, l'office de tourisme et la capitainerie en étroite relation avec les acteurs locaux. Pour cela, la Ville de Banyuls mettra en place un Développement Local par les Acteurs Locaux (DLAL) afin d'élaborer et mettre en œuvre une stratégie de développement intégrée. Cette stratégie prend ses bases dans le principe suivant : puiser dans les forces environnementales et

économiques, ou « actives », de la communauté, au lieu de se contenter de compenser les problèmes qu'elle rencontre. La Mairie de Banyuls-sur-Mer et ses services dédiés que sont le port et l'office de tourisme souhaitent se positionner comme acteurs clés du Développement Local par les Acteurs Locaux (DLAL) dont la Communauté de communes Albères Côte Vermeille fera partie.

- **De l'échelle départementale à européenne.**  
Pour travailler avec ces différentes échelles de territoire, la Ville de Banyuls-sur-Mer mettra en place des instances de gouvernance telles que des Comités techniques, des Comités stratégiques, des Comités de Pilotage...



### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.3. Une gouvernance sous forme de DLAL

**Pour mener à bien son projet de développement touristique durable et intégré, la Ville de Banyuls-sur-Mer s'appuiera sur le schéma organisation de Développement Local par les Acteurs Locaux (DLAL) pour favoriser une croissance intelligente, durable et inclusive du territoire.**

Le développement local mené par les acteurs locaux est un terme utilisé par la Commission européenne pour décrire une approche qui inverse la traditionnelle politique de développement « descendante ».

Dans le cadre du DLAL, les communautés locales prennent les rênes et forment un partenariat local qui élabore et met en œuvre une stratégie de développement intégrée.

Cette stratégie est conçue de manière à puiser dans les forces environnementales et économiques, ou « actives », de la communauté, au lieu de se contenter de compenser les problèmes qu'elle rencontre.

#### **Pourquoi Banyuls-sur-Mer a décidé de s'appuyer sur le modèle DLAL ?**

1. L'ensemble des acteurs locaux sont regroupés et coordonnés dans un objectif de travail en commun.
2. Les stratégies de DLAL peuvent apporter une solution face à une diversité et à une complexité croissantes, par une meilleure connaissance des potentialités du territoire par une participation de tous.
3. Portées par les acteurs locaux, les stratégies de DLAL peuvent être plus flexibles que les autres approches.

4. Le DLAL repose sur les liens existants entre les acteurs locaux et les acteurs d'un développement touristique ou de territoire plus large (Département, Région, Etat, Europe).
5. Le DLAL est axé sur l'innovation et sur l'obtention de résultats capables d'induire un changement durable.

Quels seront les objectifs fixés par le DLAL Banyuls-sur-Mer :

- Atteindre les objectifs thématiques définis par le modèle Odysee de Croissance et Tourisme Bleu dans le cadre du label Odysee® ;
- S'inscrire dans les démarches environnementales telles que Ports propres, le label Odysee Protect®, le Passeport vert ;
- Intégrer les institutions environnementales de son espace administratif comme le Parc naturel marin du golfe du Lion ;
- Définir, structurer et organiser son développement dans le respect des objectifs fixés par ceux du Département des Pyrénées-Orientales, de la Région Occitanie, de l'Etat et de l'Union Européenne en matière de nautisme, de tourisme et d'environnement...
- Provoquer une responsabilisation et un renforcement de la capacité des acteurs locaux basés sur le partenariat et la participation locale.
- Retenir des stratégies de développement local (SDL) intégrées, multisectorielles dans lesquelles l'innovation, la coopération et le réseau ont des places prépondérantes.



### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.3. Une gouvernance sous forme de DLAL

Les instances de gouvernance de conduite du projet :

##### Comité stratégique

Rôle : Il définit la vision stratégique du projet.

Membres : les services de la mairie, le port et l'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer, les partenaires de premier niveau (UVPLR, FFPP, GEC Odyssea).

##### Comité technique

Rôle : Il traduit la vision stratégique définie par le comité stratégique sur le plan opérationnel. Il rédige le dossier stratégique et s'assure de l'avancée du projet.

Membres : les services de la mairie, le port et l'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer, les partenaires institutionnels de premier niveau (Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer, UVPLR, FFPP, GEC Odyssea), les prestataires touristiques de Banyuls-sur-Mer représentant leurs branches d'activités, les associations locales partenaires.

Réunions : Il se réunit tous les deux mois.

##### Comité technique élargi

Rôle : Il traduit sur le plan opérationnel la vision stratégique définie par le comité stratégique.

Membres : mairie, office de tourisme et port de plaisance de Banyuls-sur-Mer, les partenaires institutionnels de premier niveau (Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer, UVPLR, FFPP, GEC Odyssea), le Parc naturel marin du golfe du Lion, la Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibéris, le Département des Pyrénées-Orientales et de la Région Occitanie, le Pays Pyrénées Méditerranée, les prestataires touristiques représentant leurs

branches d'activités qu'ils soient locaux, départementaux ou régionaux, les associations locales, départementales et régionales...

Réunions : Il se réunit tous les trimestres.

##### Comité de pilotage

Rôle : Il permet d'avoir une vision collective des enjeux et finalités du projet. C'est un outil de concertation des partenaires.

Membres : mairie, office de tourisme et port de plaisance de Banyuls-sur-Mer, les partenaires institutionnels de premier niveau (Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer, UVPLR, FFPP, GEC Odyssea), le Parc naturel marin du golfe du Lion, Communauté de communes Albères Côte Vermeille, du département des Pyrénées-Orientales et de la région Occitanie, le Pays Pyrénées Méditerranée, les prestataires touristiques représentant leurs branches d'activités qu'ils soient locaux, départementaux ou régionaux, les associations locales, départementales et régionales...

Réunions : Il se réunit une fois par an (sauf besoin spécifique).

### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.4. Cinq objectifs stratégiques s'inscrivent dans une logique de spécialisation locale

---

La Ville de Banyuls a décidé de planifier et concentrer ses investissements sur les potentiels d'excellence de son territoire, en favorisant l'innovation, la spécialisation l'attractivité touristique et la collaboration entre secteur public et privé.

**Cinq objectifs stratégiques s'inscrivent dans une logique de spécialisation locale :**

- 1. Fédérer les structures existantes par la création d'un cluster du Tourisme Bleu by Odyssea®**, en organisant la mise en réseau des acteurs professionnels intégrés dans les 4 thématiques d'escales, les itinérances.
- 2. Investir dans des équipements structurants bénéfiques au territoire** dans un objectif de développement économique, de plus d'égalité sociale par la création d'emplois qualifiés et de protection et de valorisation de l'environnement comme offres de produits touristiques, facteurs de plus d'attractivité pour la ville et la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.
- 3. Promouvoir la marque de destination** de la Région Occitanie en la déclinant sur sa marque de destination « Banyuls-sur-Mer ».
- 4. Développer les activités sur la totalité de l'année dans le modèle et le label Odyssea®** de mise en écotourisme des 4 saisons, autour d'évènements, de produits attractifs et spécialisés autour des activités bleues : nautiques, croisière, plaisance, pescatourisme, activités plage et des cibles clientèles visées...
- 5. Instaurer une politique d'itinérance douce innovante autour de balades et d'itinéraires culturels numériques Mer et Terre** (lien Port - Haut Pays) et l'organisation de l'écomobilité douce le long de nos voies vertes et de nos voies bleues, dans une recherche de protection et de valorisation de la biodiversité du territoire, pour un développement durable et respectueux.

### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.5. Schéma organisationnel



CONNECTIVITÉ DE LA DESTINATION ET MOBILITÉ LIAISON AERIENNE - LIAISON MARITIME & FERROVIAIRE - MOBILITÉ LOCALE D'ACCÈS AUX SITES



AMÉNAGEMENT DE PÔLES STRUCTURANTS (PORT DE PLAISANCE, FRONT DE MER, PARVIS DU BIODIVERSARIUM-CHEMINEMENT SCIENTIFIQUE, ECO-GARE, MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE



PRÉSERVATION, VALORISATION ET DÉVELOPPEMENT DES SITES NATUREL ET DES SITES CULTURELS RÉGIONAUX COMME PRODUITS TOURISTIQUES ET DE LOISIRS



MISE EN ÉCOMARKETING DE LA DESTINATION BANYULS PAR DES OFFRES ET DES SERVICES QUALIFIÉS A FORTE VALEUR AJOUTÉE



CONCEPT DE MULTI-DESTINATIONS



DÉVELOPPEMENT D'UNE ÉCONOMIE ÉCOTOURISTIQUE DURABLE ET COMPÉTITIVE, INTELLIGENTE, INCLUSIVE PLUS SOLIDAIRE ENTRE LES TERRITOIRES, RESPECTUEUSE DES POPULATIONS LOCALES, DE L'ENVIRONNEMENT ET CRÉATRICE DE NOUVEAUX EMPLOIS SPÉCIALISÉS NON DÉLOCALISABLES

EXCELLENCE  
BLUE  
DESTINATION



PATRIMOINE PHARE  
★ ★ ★ ★ ★  
CLASSEMENT 2019  
LABEL EUROPEEN  
ODYSSEA

### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.6. Les objectifs opérationnels, stratégiques et intégrés

**Le respect du modèle Odyssea® en complémentarité avec les pôles nautiques, touristiques et environnementaux de la Région Occitanie, de l'Etat et de l'Europe, doit permettre au territoire de Banyuls-sur-Mer de réaliser les six principes directeurs du label Odyssea® :**

1. Réaliser des projets d'investissement structurants d'excellence (requalification et modernisation du port de plaisance, Biodiversarium avec l'aménagement du parvis et le cheminement scientifique, réaménagement du front de mer) ;
2. Spécialiser sa destination dans le tourisme bleu by Odyssea afin d'en faire un stade nautique sur la Côte Vermeille, par une nouvelle structuration de l'offre d'excellence avec un tourisme ciblé et marketé ;
3. Structurer l'offre touristique et écotouristique de Banyuls-sur-Mer autour des thématiques d'escales Odyssea (culture & patrimoine, nature & découverte, saveurs & gastronomie) ;
4. Faire de la destination Banyuls-sur-Mer un pôle scientifique maritime d'excellence et une référence unique en région Occitanie, en France et en Europe ;
5. Etre un territoire d'innovation numérique par des outils de communication et d'innovation digitales ;
6. Attractivité de la destination Banyuls-sur-Mer dans le cadre d'une stratégie de co-branding avec la marque de destination de la Région Occitanie et de la France ;
7. Innover en termes d'offres et de produits touristiques et écotouristiques ;
8. S'appuyer sur les richesses culturelles et patrimoniales pour favoriser la consommation des produits du terroir et de la gastronomie locale ;
9. Miser sur la mixité des usages afin que les investissements structurants servent à la fois aux clientèles touristiques mais aussi à la population locale, départementale et régionale ;
10. Oeuvrer pour l'ouverture et l'accessibilité au public afin de penser à toutes les clientèles existantes (tourisme et handicap) ;
11. Axer sur la performance économique, l'attractivité, la compétitivité de l'offre, la création d'emplois à forte valeur ajoutée ;
12. Protéger et valoriser l'environnement par la création de produits écotouristiques dans le cadre de modèle type Odyssea Protect® ou du Passeport vert et en lien avec les institutions environnementales comme le Parc naturel marin du golfe du Lion ;
13. Développer la mobilité douce pour une consommation touristique écoresponsable ;
14. Définir l'itinéraire culturel de Banyuls-sur-Mer de mer et de terre, de son port à 1h, pour plus de solidarité entre les territoires ;
15. Développer la Formation pour une montée en gamme des offres et des services touristiques par des emplois spécialisés à forte valeur ajoutée (accueil, langue, prise en charge des différentes typologies de clientèles...). 57

### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.6. Les objectifs opérationnels, stratégiques et intégrés

La conduite du projet se caractérise par :

- **Une Approche Territoriale Intégrée** : identification des priorités d'interventions organisées sur plusieurs thématiques complémentaires, pluri-partenariales, déclinées en plan d'actions pluriannuelles, qui pourront solliciter différents fonds publics et apporter des réponses complémentaires aux objectifs du territoire dans un souci de conservation et gestion durable de la biodiversité et des ressources naturelles du territoire.
- **L'intégration des projets dans la nouvelle organisation territoriale de la République inscrite dans la loi NOTRe** qui devient une compétence obligatoire des EPCI en lieu et place des communes membres, au 1er janvier 2017.
- **La définition du projet de territoire durable** et la prise en compte de la participation de la population et des acteurs du territoire ; l'organisation du pilotage (de la décision à la mise en œuvre) à travers une gouvernance identifiée ; la transversalité des approches ; l'évaluation partagée du projet ; une stratégie d'amélioration continue, d'aménager, construire et produire de manière responsable.
- **Un plan d'actions pluriannuelles** : une déclinaison d'opérations dont chaque avant-projet est abouti (au moins pour les 2 premières années de programmation 2016 / 2017), des maîtres d'ouvrage identifiés, des plans de financement estimatifs identifiant les cofinanceurs, un rétroplanning de réalisation homogène sur l'ensemble de la période de programmation 2020.





### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.6. Les objectifs opérationnels, stratégiques et intégrés

La Ville de Banyuls-sur-Mer engage une opération stratégique et intégrée qui va permettre de réaliser un plan d'actions cohérentes et complémentaires sur 2016-2020, mobilisant un ou plusieurs fonds.

La Ville va s'appliquer à garantir la pertinence, l'innovation des opérations pilotes, le respect des critères du modèle de développement durable Odyssea, l'intégration des actions dans les politiques et objectifs européens, nationaux et de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée, afin de favoriser la cohésion territoriale et de contribuer au développement équilibré de l'ensemble du territoire.

À ce titre, le diagnostic et la stratégie poursuivie tiennent notamment compte des travaux menés dans le cadre de la préparation des programmes opérationnels 2014-2020. Les approches innovantes, les évolutions technologiques, la transition écologique, tout comme les enjeux de revitalisation économique, de l'emploi et de la cohésion sociale dont le territoire a tant besoin, ont été pris en compte de façon à améliorer les conditions de vie, renforcer la compétitivité de notre économie et permettre au territoire de préparer l'avenir.

**La mise en œuvre du projet stratégique de la Ville de Banyuls-sur-Mer doit permettre notamment :**

- La valorisation des paysages, de la culture et des spécificités locales dans un plan de médiation touristique et numérique innovant ;
- Le développement de l'écotourisme en s'appuyant sur des modes de déplacement

doux ;

- La montée en gamme des offres et services, la mise en valeur de l'image et la diversification écotouristique dans une organisation qui crée du lien entre les communes, les habitants, en s'appuyant sur les paysages, les savoir-faire, les patrimoines, tout en sensibilisant davantage les habitants et les touristes à la problématique de la protection de l'environnement ;
- L'annualisation des activités économiques liées au tourisme et aux nouveaux services ;
- La création d'emplois et la professionnalisation des acteurs dans le respect du principe de la parité entre les hommes et les femmes ;
- La promotion de la destination « Banyuls-sur-Mer » avec le Comité Régional du Tourisme dans le bassin méditerranéen et avec une vision stratégique concernant l'accessibilité de la destination, l'écomobilité et l'itinérance littoral – rural ;
- La dynamisation de l'innovation et de l'économie du savoir ;
- L'aide aux PME et aux acteurs locaux à accéder aux marchés ciblés et à de nouveaux outils de commercialisation dans une logique de co-branding de destination, de gammes de produits thématiques et une mutualisation de moyens ;
- La viabilité écologique des projets en cohérence et coopération avec le Parc naturel marin du golfe du Lion.



### 3. LE MODÈLE, LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION

#### 3.6. Les objectifs opérationnels, stratégiques et intégrés

Les objectifs opérationnels, stratégiques et intégrés prendront en compte les grands fondements de la Commission Européenne horizon 2020.

##### Développement d'une économie touristique/écotouristique « durable et compétitive » car fondée sur :

- Les richesses géographiques, culturelles, patrimoniales, environnementales ;
- Une assistance et un développement des structures privées par des partenariats public-privé ;
- La valorisation et la reconnaissance des produits agricoles locaux en complémentarité avec la marque Tourisme de Terroir ;
- La valorisation et la reconnaissance des savoirs et savoir-faire locaux ;
- La montée en gamme de la destination avec le développement d'un co-branding par la création de la marque Banyuls-sur-Mer en complémentarité avec la marque de la Région Occitanie et les marques départementales des Pyrénées-Orientales comme Tourisme de Terroir<sup>®</sup>, celles des entreprises privées ;
- Des filières touristiques d'excellence reconnues d'avenir pour le tourisme régional ;
- De nouveaux services, offres, produits d'excellence dans un objectif de montée en gamme de la destination et d'allongement de la saison touristique ;
- Des organisations territoriales d'avenir respectueuses de l'environnement par des actions zéro émission de CO2 (écotourisme et écomobilité par le développement de l'éco-gare Odyssea Protect<sup>®</sup>) .

##### Développement d'une économie touristique/écotouristique et d'une croissance « intelligente » car fondée sur :

- Une prise en compte des nouvelles attentes et envies des clientèles touristiques (écotourisme, écomobilité, accueil et services de qualité, produits touristiques zéro défaut) ;
- Le schéma touristique suivant : structuration, formation, labélisation, promotion et commercialisation ;
- Des stratégies touristiques innovantes et basées sur les Forces / Faiblesses / Menaces / Opportunités de Banyuls-sur-Mer.

##### Développement d'une économie touristique /écotouristique et d'une croissance « inclusive » dans l'objectif :

- D'augmenter le taux de l'emploi pour les jeunes et les femmes, pour une élévation du niveau de vie.
- De modernisation de l'offre touristique de la destination Banyuls-sur-Mer fondée sur la formation pour plus de compétitivité.

Développement d'une économie touristique /écotouristique et d'une croissance plus solidaire entre les territoires grâce à une nouvelle gouvernance territoriale innovante, par une meilleure coordination des professionnels du tourisme et des institutions dédiées.

Développement d'une économie touristique /écotouristique respectueuse des populations locales, de l'environnement et créatrice de nouveaux emplois spécialisés non délocalisables.

Faire de l'histoire locale, des paysages, et des savoir-faire maritimes une force d'attractivité pour le territoire de Banyuls-sur-Mer.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

Sommaire	p 3
Comité de rédaction	p 4
L'objet de ce document	p 5
Document connecté 2.0	p 6
Mots clés	p 7
Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea	p 14
1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale	p 20
2. Diagnostic de territoire	p 39
3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation	p 49
<b>4. La stratégie touristique</b>	<b>p 62</b>
5. Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer	p 182
6. La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable	p 251
7. Synthèse des projets et calendrier de réalisation	p 262



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.1. Mettre en place une stratégie écotouristique par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels, et d'écomobilité au départ du port

#### 4.1.1. Le fondement

La Ville de Banyuls-sur-Mer a décidé de s'appuyer sur plusieurs outils dont le **Schéma de Cohérence Territoriale du littoral Sud** qui, dans son étude diagnostic de territoire, note dans les mentions à retenir *« la nécessité de requalifier l'offre touristique pour pérenniser l'attractivité du territoire... En parallèle, apparaissent de nouvelles impulsions en direction d'une gestion patrimoniale des ressources et d'un tourisme plus vertueux et à forte valeur ajoutée qui constituent sans doute un premier élément de réponse aux défis actuels d'un territoire dont le modèle touristique traditionnelle s'essouffle »*.

Entre Méditerranée et Pyrénées, au sud de la région Occitanie, le territoire de Banyuls-sur-Mer repose sur un patrimoine naturel exceptionnel, façonné par l'homme. Ceci a donné naissance à des paysages de mer et de terre exceptionnellement préservés, à une culture vivante préservée et à un terroir unique. La destination « Banyuls-sur-Mer » bénéficie d'atouts à très forte identité dont l'image attractive a largement dépassé les frontières de son territoire :

- **Un patrimoine naturel de mer et de terre exceptionnellement préservé ;**
- **Un patrimoine culturel d'une densité élevée, attaché à l'identité catalane.**

La Ville de Banyuls-sur-Mer a décidé de s'appuyer sur ces deux atouts pour développer sa stratégie touristique. Par conséquent, le socle commun de l'ensemble des actions menées sur la destination Banyuls se fera en tenant compte des 2 axes stratégiques

suivants:

1. **L'écotourisme** par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels ;
2. **L'écomobilité** au départ du port.

La Ville de Banyuls axera son développement touristique dans une logique d'écotourisme, pour favoriser une croissance intelligente, durable et inclusive de son territoire.

**Partir des forces et des atouts de son territoire.** Banyuls-sur-Mer possède de véritables atouts pour faire du tourisme un levier de développement durable de son territoire.

Pour cela, Banyuls-sur-Mer s'appuiera sur ces derniers pour définir sa *smart specialisation* (spécialisation intelligente) et toutes les offres thématiques complémentaires comme tout ce qui touche au patrimoine, à la nature ou encore à la gastronomie, dans un objectif de protection et de valorisation des sites culturels et naturels, d'un **développement économique et social des entreprises** locales afin d'assurer la pérennité de ces dernières et la création de nouvelles, d'assurer la qualité de vie des Banyulencs et Banyulencques et la satisfaction des visiteurs.

**La Ville de Banyuls-sur-Mer travaillera étroitement avec les institutions publiques nécessaires à son développement.**

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.1. Mettre en place une stratégie écotouristique par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels, et d'écomobilité au départ du port

#### 4.1.1. Le fondement

Dans le cadre du Schéma de Cohérence Territoriale, il est noté l'importance et la richesse des loisirs liés aux patrimoine culturel et naturel du littoral, entre traditions et nouvelles pratiques.

**Banyuls-sur-Mer souhaite devenir une destination exemplaire sur l'axe valorisation écotouristique dite « intelligente » du patrimoine naturel et du patrimoine culturel.**

Toute une série d'éléments historiques, patrimoniaux ou culturels remarquables se localisent dans l'espace littoral étudié et s'intègrent dans la démarche de projet de mise en valeur de ce littoral. Ils viennent compléter un tourisme balnéaire. Il comprend sur Banyuls-sur-Mer ou à moins d'1 heure :

- Des châteaux
- Des forts

- Des phares
- Le patrimoine navigant et les modes de pêche traditionnels
- Le grand site de Paulilles
- Les paysages du littoral
- Les paysages de mer
- Les paysages de vignes
- Les patrimoines religieux
- Les ruelles
- ...



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.1. Mettre en place une stratégie écotouristique par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels, et d'écomobilité au départ du port

#### 4.1.2. Les objectifs

Pour la Ville de Banyuls-sur-Mer, le modèle Croissance et Tourisme Bleu by Odyssea se caractérise par une parfaite synergie avec l'Agenda 21 et les projets territoriaux de développement durable qu'elle souhaite mettre en place.

20 ans après avoir été adopté au sommet de la Terre à Rio, l'Agenda 21 local est devenu en France un véritable outil de développement durable pour les collectivités et les territoires.

L'Agenda 21 local marque la volonté d'intégrer aux projets locaux toutes les composantes du développement durable : équilibre entre le court et le long terme, conciliation des exigences économiques, sociales et environnementales, prise en compte des enjeux locaux et globaux (efficacité énergétique, effet de serre...), développement écologique et social responsable.

#### OBJECTIF 1 :

Création d'un tourisme durable dans un objectif de préservation et de valorisation du territoire et de ses ressources au bénéfice d'une croissance intelligente, durable et inclusive.

#### OBJECTIF 2 :

Faire de la destination Banyuls-sur-Mer une destination unique dans l'objectif de renforcer l'attractivité touristique de la région Occitanie et de la France.

#### OBJECTIF 3 :

Valorisation des sites culturels et naturels selon le marketing Odyssea en faveur du développement économique du territoire, de l'emploi et de la pérennité des entreprises locales.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.1. Mettre en place une stratégie écotouristique par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels, et d'écocomobilité au départ du port

#### 4.1.3. Les grands axes stratégiques et les pôles structurants

#### Mise en écotourisme exemplaire de la destination des aménagements et des sites touristiques



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.1. Mettre en place une stratégie écotouristique par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels, et d'écobilite au départ du port

#### 4.1.3. Les grands axes stratégiques et les pôles structurants





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.1. Mettre en place une stratégie écotouristique par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels, et d'écomobilité au départ du port

#### 4.1.4. Les résultats attendus

##### Résultats prioritaires :

- **Développement d'une économie touristique / écotouristique dite « durable et compétitive » car fondée sur :**

  - Les richesses géographiques, culturelles, patrimoniales, environnementales de la destination Banyuls-sur-Mer (commune + son territoire d'offres touristiques à 1h).
  - Sur des nouveaux aménagements éco-responsables dans un objectif de requalification de la station touristique Banyuls et de son port de plaisance.
  - Une assistance et un développement des structures privées (prestataires touristiques) par des partenariats public-privé dans un objectif de pérennisation et de créations de nouvelles entreprises.
  - Sur la valorisation et la reconnaissance des produits agricoles locaux à forte valeur ajoutée comme le vin avec les AOC Banyuls-Collioure.
  - Sur la valorisation et la reconnaissance des savoirs et savoir-faire locaux, des us et coutumes.
  - La montée en gamme de la destination par le développement d'un co-branding par la création de la marque Banyuls-sur-Mer en complémentarité avec la marque « Sud de France » et celles des entreprises privées partenaires.
  - Le développement des produits touristiques à forte valeur ajoutée économique à partir des filières touristiques d'excellence reconnues d'avenir pour la destination Occitanie (le tourisme scientifique maritime, le nautisme, la gastronomie, les patrimoines naturels et culturels, l'écotourisme...).
  - De nouveaux services et offres, produits d'excellence dans un objectif de montée en gamme de la destination et d'allongement de la saison touristique.
- Des organisations territoriales d'avenir respectueuses de l'environnement par des actions zéro émission de CO2 (écomobilité par le développement des Eco-gares Odyssea Protect®).
- L'aide à la restructuration de filières en difficulté économique (pêche).
- La volonté de faciliter la cohabitation entre la population à l'année et celle en séjour.
- **Développement d'une économie touristique / écotouristique et d'une croissance dite « intelligente » car fondée sur :**

  - Une prise en compte des nouvelles attentes et envies des clientèles touristiques (écotourisme, écomobilité, accueil et services de qualité, produits touristiques zéro défaut...).
  - Le schéma touristique suivant : structuration, formation, labélisation, promotion, mise en marché et commercialisation.
  - Des stratégies touristiques innovantes et basées sur les attentes des clientèles touristiques et les schémas de cohérence territoriale, touristique...
- **Développement d'une économie touristique / écotouristique et d'une croissance dite « inclusive » dans un objectif :**

  - De création d'emplois spécialisés non délocalisables.
  - De modernisation de l'offre touristique de la destination Banyuls fondée sur la formation, pour plus de compétitivité dans un objectif zéro défaut d'accueil.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.1. Mettre en place une stratégie écotouristique par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels, et d'écomobilité au départ du port

#### 4.1.4. Les résultats attendus

- Développement d'une économie touristique/ écotouristique et d'une croissance plus solidaire entre les territoires grâce à une nouvelle gouvernance territoriale innovante par une meilleure coordination des professionnels du tourisme et des institutions dédiées sur la destination Banyuls-sur-Mer (commune et à 1h) dans le cadre du Schéma de Cohérence Territoriale et du Schéma de Mise en Valeur de la Mer.
- Travailler de façon collaborative par la création d'un Développement Local porté par les Acteurs Locaux (DLAL)
- S'inscrire dans le dialogue et la rencontre avec les partenaires de l'Union Européenne dans le cadre de programmes européens de coopération.
- Favoriser le partage des richesses entre les clientèles touristiques du littoral et les territoires d'arrière-pays.
- Faire du territoire Banyuls-sur-Mer une destination nautique d'excellence par la création d'offres, de services et de produits touristiques/ écotouristiques innovant et zéro défaut.
- Faire du territoire de Banyuls-sur-Mer une destination écotouristique d'excellence d'Occitanie par un développement important de produits touristiques et de l'écomobilité (éco gare)
- Etre plus compétitif et attractif par de nouveaux services et offres d'excellence.
- Engager des démarches de qualité touristique pour la destination (Passeport Vert, label destination bleue Odyssea® et label Odyssea Protect®) et pour les prestataires (Banyuls-sur-Mer, afnor, qualité tourisme, Sud de France...)
- Accompagner les filières « terroir » afin de structurer une offre agritouristique sur le thème « gastronomie et art de vivre »
- Accompagner la filière de la pêche pour un développement économique de la filière grâce au pescatourisme.

#### Objectifs marketing, politique de l'offre et commercialisation collective

- Créer et commercialiser des produits, des offres et des services touristiques/ écotouristiques d'excellence dans l'objectif de capter une clientèle à plus fort pouvoir d'achat.
- Améliorer le taux de satisfaction de la clientèle pour renforcer l'attractivité Banyuls et plus globalement celle de la région Occitanie.
- Favoriser la circulation et la consommation des touristes sur Banyuls et son territoire à 1h par l'écomobilité.
- Faire de Banyuls-sur-Mer une destination unique par sa reconnaissance comme pôle touristique scientifique maritime en France.
- Obtenir le label de destination Bleue d'excellence by Odyssea.
- Développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, écotouristes, tourisme scientifique, sports nautiques...)
- Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap)
- Développer une politique commerciale vers les cibles « groupes » et vers les intermédiaires (TO, agences...) en lien avec l'ADT des Pyrénées-Orientales et le CRT.
- Engager des partenariats économiques pour la commercialisation d'offres et produits qualifiés.
- Développer des produits touristiques/ écotouristiques ayant un rapport qualité/prix d'excellence.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.1. Mettre en place une stratégie écotouristique par la protection et la valorisation des sites culturels et des sites naturels, et d'écomobilité au départ du port

#### 4.1.4. Les résultats attendus

##### Pour les professionnels publics et privés, pour les visiteurs :

- 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 (habitants, socioprofessionnels, visiteurs et institutions touristiques, environnementales...).
- Une meilleure structuration de l'offre touristique.
- Un meilleur positionnement touristique.
- Un meilleur positionnement agritouristique.
- 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...).
- L'amélioration des services auprès des touristes : où s'arrêter, que voir, que faire, comment trouver, acheter des prestations et produits locaux...
- L'accessibilité à de nouveaux publics amoureux des activités nautiques, des cultures et identités locales, de la gastronomie, de l'écotourisme...
- La conquête de nouvelles clientèles touristiques à la recherche d'un tourisme scientifique.
- L'amélioration des compétences professionnelles par la formation.
- Un accueil de qualité et des services de professionnels compétents et qualifiés.
- Le fait d'être mieux guidé dans sa découverte de la destination Banyuls et son territoire à 1h par le développement de guides interprètes.
- Bénéficier de produits touristiques et écotouristiques qualifiés et labélisés.
- Faire des clientèles touristiques des ambassadeurs de la destination et des produits de Banyuls-sur-Mer, et plus largement des Pyrénées-Orientales et de la région Occitanie.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.1. Un port exemplaire en matière environnemental

Le port de plaisance, porte d'entrée (Ouest) du territoire de Banyuls, date des années soixante et certaines de ses infrastructures se sont dégradées avec le temps et en raison des intempéries violentes qu'il a subies cette dernière décennie.

Aujourd'hui, l'état général de ses équipements affecte les activités qui gravitent au sein de son périmètre. Il ne permet pas à l'espace portuaire de remplir son rôle phare de développement économique et touristique, qui devrait aussi s'appuyer et être couplé aux activités de recherches scientifiques conduites par l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer.

Le dossier technique (réalisé par le bureau d'études « Pierre Louis ») projetant le nouvel espace portuaire, en incluant sa valorisation et son extension, ainsi que la « neutralisation » des phénomènes d'agitation et de clapots, s'inscrit dans le périmètre actuel de l'activité portuaire.

Il ne défigure et n'altère en rien l'architecture et la perspective du front de mer (la signature visuelle de Banyuls-sur-Mer).

Ce dossier technique exprime un **projet raisonné**, adapté à l'échelle de la ville de

Banyuls. Il respecte la volonté municipale qui revendique et défend, avec intelligence, **l'authenticité de son territoire et la préservation des espaces naturels (terre et mer)**.

Il est d'ailleurs intéressant de souligner que le département des Pyrénées-Orientales est le deuxième, après le département de l'Hérault, dans le classement national du palmarès de l'écologie. Ce très bon classement confirme l'importance que les Communes des Pyrénées-Orientales (dont Banyuls-sur-Mer) accorde à la question écologique et par voie de conséquence, au développement durable.

Cette préoccupation n'est pas liée à une tendance conjoncturelle, elle est **omniprésente et reflète le souci constant de ses habitants de protéger et de préserver leur patrimoine naturel et sa grande qualité**.

On se doit aussi de rappeler que le port de plaisance se situe dans le périmètre du Parc naturel marin du Golfe du Lion.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.1. Un port exemplaire en matière environnemental

Les solutions techniques proposées et retenues par l'équipe municipale prennent en compte **la préservation de la biodiversité et de l'environnement marin.**

Les ouvrages proposés s'appuient sur des procédés techniques qui garantissent la protection de la faune et de la flore marines existantes (**herbiers de Posidonies, protection des juvéniles, etc.**), à l'image de la technique de verticalisation qui sera employée pour la construction du musoir sur la digue centrale.

Certains de ces ouvrages (technique innovante d'enrochements) facilitent même son développement.

Ainsi, chaque ouvrage amortisseur fonctionne, partiellement ou en totalité, comme un récif (artificiel) avec l'emploi de matériaux naturels favorisant les accrétions et des porosités compatibles avec la création de caches et de niches pour les jeunes populations de poissons.

La problématique du phénomène d'agitation est traitée en ayant recours à des ouvrages amortisseurs complémentaires, à l'intérieur du port, afin de créer un système hydrodynamique de tranquillisation du plan d'eau et dans le but d'atteindre des « clapots » aux normes standards.

Autre exemple : dans le registre de la protection du milieu naturel, est prévue dans le dossier technique, l'implantation d'une station de pompage pour le traitement des eaux usées et des eaux de cale des navires, dans le but de garantir pour l'espace portuaire, la qualité de l'eau de son bassin et l'absence de rejet direct non traité.

Le projet prend en compte la question de la transition énergétique, au moyen, pour exemple, des solutions proposées pour l'éclairage de l'espace portuaire (énergie solaire pour le balisage lumineux) ou pour l'alimentation de la protection cathodique des ouvrages métalliques vis-à-vis de la corrosion.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.2. La Carte Verte du Pays Pyrénées-Méditerranée

##### Un projet participatif

Il s'agit d'une cartographie interactive sur le web qui répertorie les initiatives permettant de réduire l'empreinte écologique du territoire à l'aide d'icônes thématiques et invite les internautes à contribuer, qu'ils soient habitants, acteurs économiques, techniciens, ou élus, en ajoutant les initiatives dont ils sont à l'origine ou dont ils ont connaissance.

Ces initiatives sont, soit des « projets » de collectivités ou d'acteurs privés, soit des « services » aux personnes qui travaillent, vivent ou séjournent sur le territoire du Pays.

##### Les objectifs de la carte

- L'information et la sensibilisation de tous.
- La promotion et la mise en réseau des actions pour les porteurs de projet.
- Une vitrine du territoire vis-à-vis de l'extérieur et des partenaires financiers.
- Un outil de suivi et d'analyse de la dynamique du territoire pour les décideurs et développeurs.

Il s'agit d'impulser des prises de consciences, une émulation, des transferts d'expériences, qui contribueront à développer une culture commune du Territoire à Énergie Positive pour la Croissance Verte.

Le **Pays Pyrénées-Méditerranée** est une structure engagée pour le **développement durable** et la **transition énergétique** de son territoire :

- 1<sup>er</sup> territoire départemental reconnu Agenda21 en 2008
- Un Plan Climat Énergie territorial élaboré de façon volontaire dès 2010
- Une stratégie territoriale qui s'appuie sur une large consultation
- Un territoire labellisé Territoire à Énergie Positive pour la Croissance Verte en 2015

Ce projet s'inscrit dans la continuité des travaux du Pays en vue d'une meilleure communication, de la participation de tous et notamment des citoyens, ainsi que pour une mise en réseau des dynamiques locales et la capitalisation des expériences.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.3. L'agenda 21

La Ville de Banyuls-sur-Mer, dans le modèle Odyssea, rappelle que le développement durable et engagé dans le cadre de l'agenda 21 poursuit **cinq finalités essentielles** :

1. La lutte contre le changement climatique et la protection de l'atmosphère ;
2. La préservation de la biodiversité, la protection des milieux et des ressources ;
3. L'épanouissement de tous les êtres humains ;
4. La cohésion sociale et la solidarité entre territoires et entre générations ;
5. Les dynamiques de développement suivant des modes de production et de consommation responsables.

Et elle identifie **cinq éléments déterminants** pour assurer le succès d'une démarche de développement durable :

1. Une stratégie d'amélioration continue ;
2. La participation des acteurs ;
3. L'organisation du pilotage ;
4. La transversalité des approches ;
5. L'évaluation partagée.

Ces dix points clés seront déclinés sur le territoire de Banyuls-sur-Mer.

S'il est important que soient partagés un langage, une méthode et des objectifs communs, il appartient bien sûr à chaque territoire, en partant de ses spécificités culturelles, géographiques, économiques, sociales et sociétales, de trouver son propre chemin pour progresser vers un développement plus durable, dans l'objectif de construire, pour tous, un avenir solidaire.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.4. Le Passeport vert (Programme des Nations Unies pour l'Environnement)

Ce passeport interactif comprend une partie générale sur les enjeux et les richesses de la biodiversité ultramarine et une partie présentant la biodiversité spécifique et les sites naturels à découvrir dans chacun des territoires.

Les 5 services du Passeport vert sont les suivants :

##### Préparer son voyage

Quel que soit le choix de destination, il est essentiel de se renseigner au préalable sur le lieu choisi, son environnement local, ses traditions et ses cultures. Les informations ainsi recueillies permettront de faire des choix judicieux pour des vacances plus satisfaisantes et enrichissantes, tout en protégeant l'environnement et en contribuant au développement économique et social des destinations. Quelques mots de la langue, les habitudes culturelles, le comportement attendu des voyageurs sont un bon moyen de s'assurer l'hospitalité et la convivialité des communautés d'accueil.

##### Se rendre à destination

Cette rubrique propose des informations sur les modes de transports locaux, d'hébergement et de restauration (comme la rubrique « Ne mettez pas l'écosystème dans votre assiette »). Le passeport donne des conseils pour voyager léger, dans la mesure où, dans de nombreux pays, les systèmes de collecte et traitement des déchets sont mal équipés pour faire face à la pression accrue liée au tourisme. Il est ainsi possible de réduire son empreinte carbone.

##### Une fois sur place

Privilégier les transports publics locaux, rencontrer des gens (pour connaître leurs habitudes culturelles et les codes de conduite),

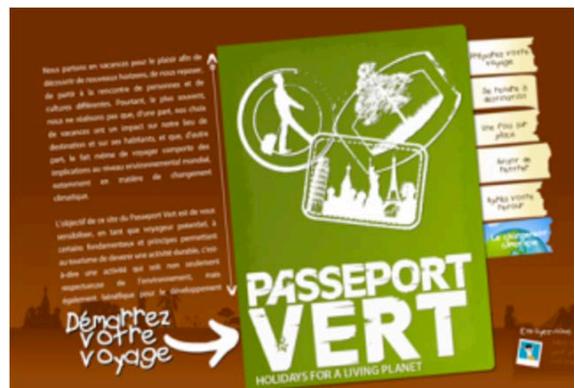
découvrir l'environnement local, sont parmi les suggestions du Passeport vert. Comment évoluer dans divers environnements, dans l'eau, les zones arides et les déserts, les montagnes, lorsque l'on observe la vie sauvage, que l'on fait de la plongée en tuba ou sous-marine.

##### Avant de rentrer

Il est important pour le voyageur d'effectuer une analyse environnementale du séjour et de penser aux conséquences de ses activités et comportements sur l'environnement et la communauté locale. Dans les boutiques de souvenirs, évitez les produits qui exploitent la vie sauvage et contribuent à la destruction des espèces ou des habitats, privilégiez l'artisanat local et soutenez les compétences locales.

##### Après votre retour

Devenez un touriste actif. Soutenez les initiatives communautaires des destinations visitées, parlez de vos vacances, partagez vos choix « écolo », écrivez aux ambassades afin de leur signaler tout incident et créer une réaction en chaîne.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.5. Odyssea Protect®

**Le label « Odyssea Protect® » est la mise en écotourisme d'une destination touristique dans un objectif de sensibilisation et de protection de l'environnement dans son sens le plus large (ce qui nous entoure) et qui consiste à conserver, protéger et valoriser les sites naturels et culturels dans l'objectif de transmettre aux générations futures un patrimoine commun et créer par là même une croissance intelligente, durable et inclusive de son territoire.**

Cette stratégie part du constat que beaucoup de territoires traitent de l'écologie et de l'environnement via leurs outils de communication mais que cet élément est très rarement intégré aux opérations de produits touristiques.

L'objectif du label « Odyssea Protect® » est de structurer les destinations touristiques par une autre gouvernance, un nouveau modèle intégré mieux adapté, prenant en compte les patrimoines naturels et culturels et qui assure la contrepartie environnementale dans toutes les offres des opérateurs touristiques, nautiques, et en complémentarité avec les institutions telles que les Parcs naturels régionaux, les Aires marines protégées, les associations écologiques...

**L'objectif du label « Odyssea Protect® » est de mieux toucher le public qui n'est pas sensible à l'environnement dans sa recherche d'offres et d'activités touristiques.**

Le label Odyssea Protect®, c'est :

- Une nouvelle structuration écotouristique pour les destinations engagées dans l'éthique de ce label ;

- Un outil de développement économique durable de cogestion pour les territoires, dans le cadre d'actions publiques / privées ;
- L'union des mondes du tourisme et de l'environnement, par la création d'offres et de produits écotouristiques intégrés ;
- Une responsabilité environnementale, le développement de l'itinérance douce, l'innovation et la montée en gamme d'offres des 4 saisons, pour garantir un développement durable des destinations bleues engagées dans le label Odyssea® ;
- Des solutions innovantes et éco-compatibles proposées pour l'aménagement des ports de plaisance et des mouillages organisés ;
- La structuration et la promotion des prestataires qui s'engagent avec la destination de Tourisme bleu by Odyssea et qui visent l'excellence environnementale tout en valorisant le territoire ;
- Un outil de développement dans le cadre de la création d'emplois locaux ;
- Une nouvelle approche de la mer, par le respect et une meilleure connaissance des milieux maritimes et côtiers ;
- Une stratégie de répliquabilité, de duplicité, sur l'ensemble des destinations touristiques ;
- La création d'éco-gares intermodales Odyssea Protect®, pour une mobilité touristique zéro émission ;
- Un co-branding innovant entre institutionnels de l'environnement et filières touristiques ;
- La promotion des routes culturelles écotouristiques Odyssea ainsi que des balades et des itinéraires bleus et verts au départ des ports.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.5. Odyssea Protect®

Le label Odyssea Protect® s'inscrit dans 4 des 5 domaines de la programmation « Europe 2020 » pour une croissance intelligente, durable et inclusive :

1. L'emploi
2. L'innovation
3. L'éducation
4. Le climat / énergie

Le label Odyssea Protect® permet l'application concrète du concept de développement durable, coordonné, partenarial et solidaire. L'éthique du label Odyssea Protect® implique la préservation des ressources pour les générations futures, un développement économique viable, ainsi qu'un développement social équitable et rééquilibré entre le littoral et l'arrière-pays.

**La charte territoriale Odyssea Protect®** permet l'application concrète du concept de développement durable, coordonné, partenarial et solidaire Odyssea Protect®, « un développement qui répond aux besoins des générations présentes, sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs » (Définition du Développement durable selon le rapport des Nations-Unies sur l'environnement et le développement de 1987, intitulé « Notre avenir à tous »).

Cette éthique du modèle Odyssea implique la préservation des ressources pour les générations futures, un développement économique viable ainsi qu'un développement social équitable et rééquilibré entre le littoral et l'arrière-pays.

Les objectifs fondamentaux de cette charte collective Odyssea Protect®, sont en lien avec la Charte européenne du tourisme durable pour une meilleure répliquabilité sur les territoires partenaires :

- ✓ Accroître l'intérêt et le soutien pour les espaces protégés en tant que partie fondamentale de notre patrimoine qui doit être préservé et apprécié par les générations présentes et futures.
- ✓ Améliorer le développement et la gestion du tourisme durable dans les espaces protégés, qui prend en compte les besoins de l'environnement, des habitants, des entreprises locales et des visiteurs.

La charte collective territoriale Odyssea Protect® engage les signataires, par la mise en place d'un écotourisme des voies bleues et vertes Odyssea, à mettre en œuvre une stratégie en faveur d'un « tourisme durable » défini dans la charte européenne comme « toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans les espaces protégés ».

**L'amélioration de la compétitivité des entreprises et la pérennisation de leur activité passent par une meilleure intégration de leurs offres et de leurs produits dans un nouveau tourisme plus responsable et plus protecteur du territoire, et ce dans un objectif de valorisation des sites culturels et naturels.**



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.5. Odyssea Protect®

Le label Odyssea Protect® engage les signataires, par la mise en place d'un écotourisme des voies bleues et vertes Odyssea, à mettre en œuvre une stratégie en faveur d'un « tourisme durable » défini dans la charte européenne, comme « toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans les espaces protégés ».

Le label Odyssea Protect® atteste que les responsables des espaces protégés ne doivent pas gérer seuls le développement touristique mais s'associer à tous les acteurs concernés par l'environnement du territoire.

Les 5 axes écotouristiques développés dans le cadre du label Odyssea Protect® :

1. **Promouvoir l'offre écotouristique de façon innovante, grâce aux innovations numériques.** Réalisation d'un portail numérique de promotion et de valorisation de l'écotourisme. Ce portail est une plateforme commune administrée de façon conjointe par les territoires partenaires souhaitant mettre en place une politique écotouristique. Elle référencera, sur des cartes interactives, les zones sensibles et favorisera l'écotourisme en proposant des offres et des produits touristiques, des conseils et recommandations en matière de protection des écosystèmes. Cette plateforme travaillera avec les acteurs locaux et veillera au 3 temps du tourisme (avant – pendant – après) par les réseaux sociaux.
2. **Structurer l'offre écotouristique.** Structuration des offres écotouristiques du territoire selon le cahier des charges du label Odyssea Protect® permettant aux professionnels nautiques, prestataires touristiques, Parcs naturels marins, Aires marines protégées, Parcs naturels régionaux, de s'engager dans une démarche commune.
3. **Développer des offres écotouristiques d'itinérance douce.** Création d'une nouvelle offre touristique d'itinérance autour des ports et le long des voies navigables par la création des produits : Balades & itinéraires écotouristiques bleus et verts by Odyssea Protect®. Ces balades & itinéraires se feront par des moyens de mobilité douce en mer et sur terre, dans un objectif de résultat zéro émission. Couplées à des outils numériques tels que les smartphones, gps..., ces balades offriront aux pratiquants une connaissance de la biodiversité, de la culture, des savoirs et savoir-faire des territoires, dans le respect des habitants.
4. **Développer l'accessibilité des sites aux moyens de déplacements doux.** Création des Eco-gares Odyssea Protect® sur les ports et haltes fluviales. L'Eco-gare Odyssea Protect® propose un service global autour d'un parc zéro émission de CO2 : voitures électriques, vélos électriques, vélos, gyropodes, navettes, permettant la découverte d'une destination touristique en réduisant son empreinte carbone.
5. **Formation et éducation.** Réalisation d'un plan de formation « Ecotourisme » pour le développement de compétences et de l'emploi.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.4. Odyssea Protect®

Une des actions fortes que mettra en place la Ville de Banyuls-sur-Mer en faveur de la protection de l'environnement est l'Eco-gare Odyssea Protect®, dans le cadre d'un partenariat public-privé afin de développer l'emploi sur le territoire et renforcer la pérennité d'une ou plusieurs entreprises locales.

L'Eco-gare Odyssea Protect® propose un service global autour d'un parc zéro émission de CO2 : voitures électriques, vélos électriques, vélos, gyropodes, navettes.

C'est un outil d'éducation et de promotion de l'engagement environnemental du port qui permet d'adopter un comportement éco-citoyen, avec une influence significative sur l'environnement, par l'adoption de pratiques éco-responsables.

L'Eco-gare Odyssea Protect® est une réponse opérationnelle à une montée en gamme des offres et des services du port, à connotation environnementale. C'est un engagement pour un développement durable des destinations

portuaires, une contribution à la phase d'expérimentation de la gestion intégrée des zones côtières « Odyssea Croissance bleue 2014-2020 ».

C'est aussi et surtout une réponse concrète aux attentes des clientèles envers une mobilité douce et plus ludique. Ce service répond à l'arrivée de nouvelles pratiques et de nouvelles attentes touristiques. En effet les touristes expriment aujourd'hui leur envie de « vivre une expérience » : découverte du patrimoine, des gens d'ici, de leur mode de vie...

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

Durant l'été 2016, la Ville de Banyuls-sur-Mer a mis en place le service Esti'navette dans l'objectif de favoriser les transports en commun lors des déplacements des clientèles touristiques sur les mois de juillet et août.

Exemple du port de Gruissan

[www.odyssea.eu/ports/ou-tils-odyssea/eco-gare-odyssea](http://www.odyssea.eu/ports/ou-tils-odyssea/eco-gare-odyssea)





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.2. Les outils

#### 4.2.5. Odyssea Protect®

L'Eco-gare Odyssea Protect® se compose des éléments structurants suivants :

##### **Une ou des bornes de recharge pour véhicules électriques**

Chaque Eco-gare Odyssea Protect® devra avoir au minimum une borne de recharge pour véhicules électriques. Cette dernière sera choisie en fonction des besoins de la destination en termes d'écomobilité, de développement économique potentiel, de l'offre écotouristique disponible et à venir, de ses équipements structurants, de l'endroit dans la ville, des budgets qui pourront être alloués, de l'éco-gare envisagée, de la gestion de la borne (publique / privée)...

##### **La présence de moyens de transports permettant l'intermodalité et l'écomobilité à terre**

Chaque Eco-gare Odyssea Protect® proposera aux clientèles, en particulier à celle de la plaisance, des moyens de déplacement doux, afin de partir à la découverte du territoire. Par ce système intermodal réunissant plusieurs moyens de déplacements écotouristiques (voitures électriques, vélos électriques, vélo...), l'Eco-gare Odyssea Protect® permettra un développement économique innovant et éco-responsable pour la commune et sa destination touristique.

##### **La valorisation d'offres touristiques de la destination sur des supports de communication additionnels, comme des Relais d'Information Service**

La structure responsable juridiquement de l'Eco-gare Odyssea Protect® devra installer au minimum un Relais d'Information Service. Ce dernier pourra être sous forme d'une borne

numérique extérieure 24 h/24 et 7 jours/7. Ce RIS, quelque soit sa forme, devra valoriser les balades, les itinéraires éco-responsables ainsi que les outils numériques de protection de l'environnement et de valorisation des offres et des services touristiques, dans un concept d'itinérance de destination touristique portuaire.

##### **La présence d'un espace d'accueil référencé à proximité permettant aux utilisateurs d'avoir des informations sur l'Eco-gare Odyssea Protect®**

Un lieu d'accueil pour les populations locales et les clientèles touristiques sera installé. Ce lieu d'accueil et d'information pour l'écomobilité offrira, en plus des informations sur les moyens de déplacement doux, des informations sur l'environnement. Il pourra être un kiosque en extérieur ou un lieu d'accueil au sein de la capitainerie.

##### **La promotion et la valorisation de l'application « Guide numérique Ecotouristique »**

Le but est de se baser sur les fondements du GPS touristique mais de le transformer en un outil numérique non plus seulement d'information touristique mais de marketing touristique autour de l'histoire, du patrimoine, de la géographie / les paysages, de la culture vivante, des patrimoines naturels...



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

Le principal enjeu concernant la destination touristique de Banyuls-sur-Mer réside dans la construction d'un équilibre garant de la cohésion territoriale d'ensemble du territoire et des communes de son itinéraire culturel Mer & Terre, tout en valorisant ses spécificités et atouts dans le cadre de la compétence tourisme revue par la Loi NOTRE.

**« Les défis d'une spécialisation intelligente de Banyuls-sur-Mer dans le modèle Odyssea de Croissance & Tourisme Bleu ».**

Suite à son étude SWOT et aux différentes stratégies touristiques et environnementales menées par les institutions locales, départementales, régionales, nationales ou européennes, comme celle du Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT) Littoral Sud, la Ville de Banyuls-sur-Mer a décidé pour rendre sa destination UNIQUE de se spécialiser sur le thème suivant : [La valorisation de la biodiversité méditerranéenne maritime par le tourisme scientifique.](#)

[La valorisation de la biodiversité Méditerranéenne maritime par le tourisme scientifique](#) a pour objectif de faire de Banyuls-sur-Mer, en collaboration avec l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer, un pôle de référence d'une offre de tourisme scientifique d'excellence unique en France et Europe, en s'appuyant le Biodiversarium. Le projet Biodiversarium, vise à faire partager les connaissances scientifiques en s'appuyant sur la biodiversité locale, qu'elle soit marine ou terrestre.

Avec cette spécialisation touristique, favorable au développement d'une croissance bleue, la Ville de Banyuls-sur-Mer va diversifier son offre

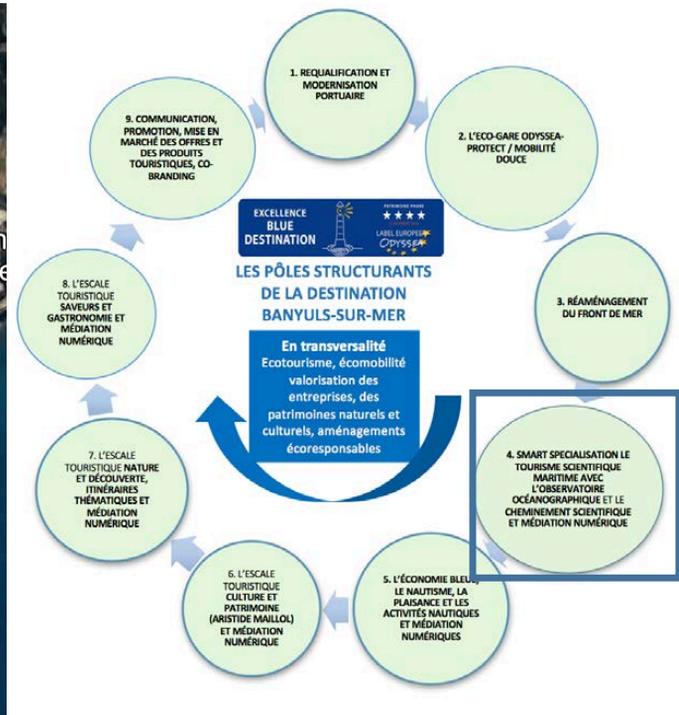
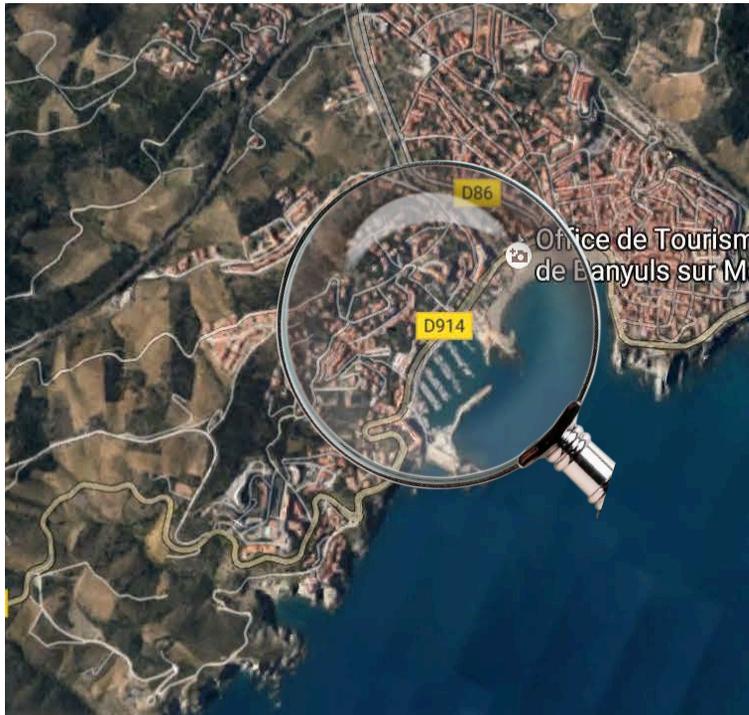
touristique en se fondant principalement sur les pôles structurants suivants, avec un principe transversal qui est l'écomobilité pour une meilleure accessibilité des lieux, pour diminuer les contraintes pesant sur l'environnement, pour la création de progrès et de nouveaux services innovants pour les citoyens, plaisanciers, vacanciers, pour plus de lisibilité et un meilleur accès aux entreprises et produits économiques :

- 1. L'Escale Nautique, le Tourisme Bleu by Odyssea.** L'Escale Nautique, le Tourisme Bleu by Odyssea, est fondée sur 8 grands thèmes qui touchent la mer de par les activités de loisirs, les lieux dédiés, les événements, l'environnement - les fonds marins, le patrimoine, les savoirs et savoir-faire, les produits issus de la mer et la gastronomie...
- 2. L'Escale Culture et patrimoine.** Avec la stratégie touristique « Dans les pas d'Aristide Maillol », l'idée est de faire découvrir toute la culture, tous les patrimoines, les savoirs et savoir-faire locaux de la destination Banyuls-sur-Mer sous forme d'itinérance douce culturelle, sur la commune et à 1h. L'itinéraire culturel Iter-Vitis, les chemins de la vigne seront modernisés par l'utilisation des technologies multimédias.
- 3. L'Escale Nature et découverte.** Mise en écotourisme des voies vertes – valorisation des petits patrimoines, paysages, savoir-faire : médiation numérique et culturelle autour de la randonnée, le tourisme vert...
- 4. L'Escale Saveurs et gastronomie.** Valorisation des produits du terroir comme le vin, le miel, l'olive, valorisation des restaurants, des recettes locales, des pêcheurs, des marchés...

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

De plus en plus diplômés, les gens recherchent davantage de contenus lors de leurs déplacements touristiques. Ainsi, ils ne se contentent plus de voyager de manière traditionnelle ; bon nombre d'entre eux désirent apprendre en voyageant.

Cet apprentissage ne se limite pas uniquement à la visite des monuments historiques ou des expositions présentées par les musées et les centres d'interprétation. Les gens souhaitent avoir un accès privilégié aux coulisses de ces institutions ainsi qu'aux divers autres sites touristiques.

Ils veulent voir ce qui se passe à l'arrière-scène. Le développement du tourisme scientifique s'inscrit dans cette tendance. Il offre une multitude de possibilités et peut permettre d'exploiter de nouvelles facettes des sites et équipements touristiques de l'ensemble de la région Occitanie.

La Ville de Banyuls-sur-Mer se dotera d'un plan d'action qui visera à développer et à promouvoir son offre de valorisation de la biodiversité de la mer Méditerranée par le tourisme scientifique.

Le développement de ce tourisme scientifique devrait permettre de faire découvrir l'ensemble de la destination Banyuls-sur-Mer et à 1h sur une plus grande saisonnalité touristique (les quatre saisons) et ainsi aider à retenir plus longtemps les touristes.

Le tourisme d'apprentissage (culturel, éducatif), connu sous la désignation anglaise de *learning travel*, est en train de transformer la façon traditionnelle de voyager. Le tourisme scientifique peut devenir une expérience authentique et originale à la portée de tous.

Le tourisme scientifique est défini comme un tourisme permettant de découvrir et apprendre sur la nature, la faune et la flore, avec l'aide d'accompagnateurs scientifiques professionnels.

Ce type de séjours s'apparente plus à des séjours culturels que sportifs. Le tourisme d'apprentissage scientifique consiste en des offres éducatives, organisées, structurées et élaborées autour d'un thème scientifique. Les activités proposées sont pratiquées par un groupe restreint de touristes, désireux d'apprendre et d'expérimenter.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.1. Le Biodiversarium

La Commune de Banyuls compte en son sein, une antenne de l'université Pierre et Marie Curie.

Fondé fin 19ème, le laboratoire est un observatoire et un centre de recherche océanographique. Il est aussi doté d'un aquarium tourné vers le grand public

Les principales missions actuelles du laboratoire qui sont la recherche et la formation conduisent à accueillir sur Banyuls de nombreux chercheurs et étudiants en écologie marine. 180 personnes y travaillent de façon sédentaire (dont 50 chercheurs et enseignants). 3000 étudiants fréquentent chaque année « l'Observatoire Océanologique » et l'activité de son aquarium génère en moyenne la venue de 50.000 visiteurs par an. Le laboratoire est une véritable institution ancrée dans l'histoire de Banyuls qui a acquis une renommée mondiale.

**Aujourd'hui, le laboratoire, avec le soutien actif de sa maison mère et de la Ville de Banyuls-sur-Mer, a mûri un projet de développement de grande envergure qui sera opérationnel mi-2017 et qui contribuera à renforcer son rayonnement international : Un Biodiversarium.**

Ce projet consiste à développer un outil global de recherche et de vulgarisation scientifique autour de la biodiversité marine de la Méditerranée.

Le **Biodiversarium** comprend des espaces pédagogiques centrés autour :

1. d'un aquarium ;
2. du jardin méditerranéen du Mas de la Serra ;

Le site de Paulilles, la maison de l'environnement de Valmy et les multiples autres sites complémentaires du département et de la région formeront avec le **Biodiversarium** l'un des plus grands sites d'Europe en matière de protection et de valorisation de la Biodiversité.

Le projet **Biodiversarium**, original et unique en Europe, vise à faire partager nos connaissances scientifiques en s'appuyant sur la biodiversité locale, qu'elle soit marine ou terrestre en **s'appuyant sur deux sites emblématiques de la ville de Banyuls-sur-Mer que sont : le jardin méditerranéen du Mas de la Serra** qui se situe dans les terres et **l'aquarium** qui lui, se situe sur le port. Il intègre un projet de recherches scientifiques sur la biodiversité et les biotechnologies marines, en partenariat public - privé.

Le **Biodiversarium** sera un outil d'étude, de valorisation et de diffusion des connaissances scientifiques sur la biodiversité : un projet s'intégrant parfaitement dans la stratégie régionale, nationale et européenne pour la biodiversité méditerranéenne.

Le **Biodiversarium** fera découvrir au grand public, sur le site exceptionnel de Banyuls-sur-Mer, la faune et la flore du littoral roussillonnais (côte rocheuse), vivant entre 1000 mètres d'altitude (forêt de la Massane) et 1000 mètres de profondeur (canyon sous-marin Lacase-Duthiers) et sur une distance horizontale de 15 km.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.1. Le Biodiversarium

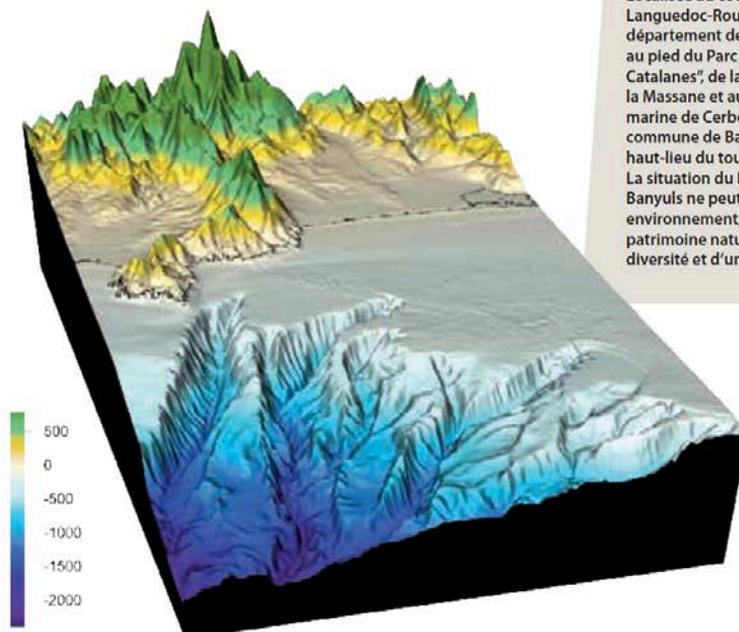
## Une richesse régionale : la diversité

*Vaste amphithéâtre sur la Méditerranée, au climat doux et ensoleillé, la région Languedoc-Roussillon se caractérise par une extrême variété de milieux et de paysages :*

-  220 km de côtes, avec une côte rocheuse et sauvage prolongeant 180 km de côte de sable fin et de nombreux étangs littoraux.
-  Une vaste plaine littorale, du Rhône aux Pyrénées, où se côtoient des villes au riche patrimoine historique et culturel, et une agriculture modernisée et dynamique,
-  Un étage intermédiaire de collines et de garrigues, aux coteaux étagés propices à la culture de la vigne et de l'olivier, coupé de nombreux fleuves côtiers et de cours d'eau dévalant des montagnes proches,
-  La montagne: le Massif Central au nord et ses sites variés (Aubrac, Margeride, Cévennes et Grands Causses), et les Pyrénées au sud, avec ses hauts sommets.

*Sous cette diversité paysagère se cache une diversité biologique peu connue du grand public.*

*Plus à l'Ouest, le département des Pyrénées-Orientales représente un réservoir extraordinaire de biodiversité, tant dans le domaine terrestre que dans le domaine marin et littoral.*



### Le Biodiversarium

Localisée au cœur de la Région Languedoc-Roussillon, dans le département des Pyrénées-Orientales, au pied du Parc Naturel "Pyrénées Catalanes", de la réserve naturelle de la Massane et au bord de la réserve marine de Cerbère-Banyuls, la commune de Banyuls-sur-mer est un haut-lieu du tourisme Méditerranéen. La situation du Biodiversarium à Banyuls ne peut que profiter de cet environnement, qui constitue un patrimoine naturel d'une grande diversité et d'une grande valeur.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.1. Le Biodiversarium



#### > Nature des fonds

##### > Figure sédimentaire:

- dune
- linéament
- rupture de pente / ressaut bathymétrique
- thalweg
- lobe sédimentaire

##### > Roche et sable:

- roche ou bloc rocheux
- galet
- ▨ sable grossier
- ▨ sable moyen et fin
- sablon

##### > Vase < 40µm:

- moins de 25%
- de 25 à 75%
- plus de 75%

0 4 8 km

0 1,5 3 milles marins

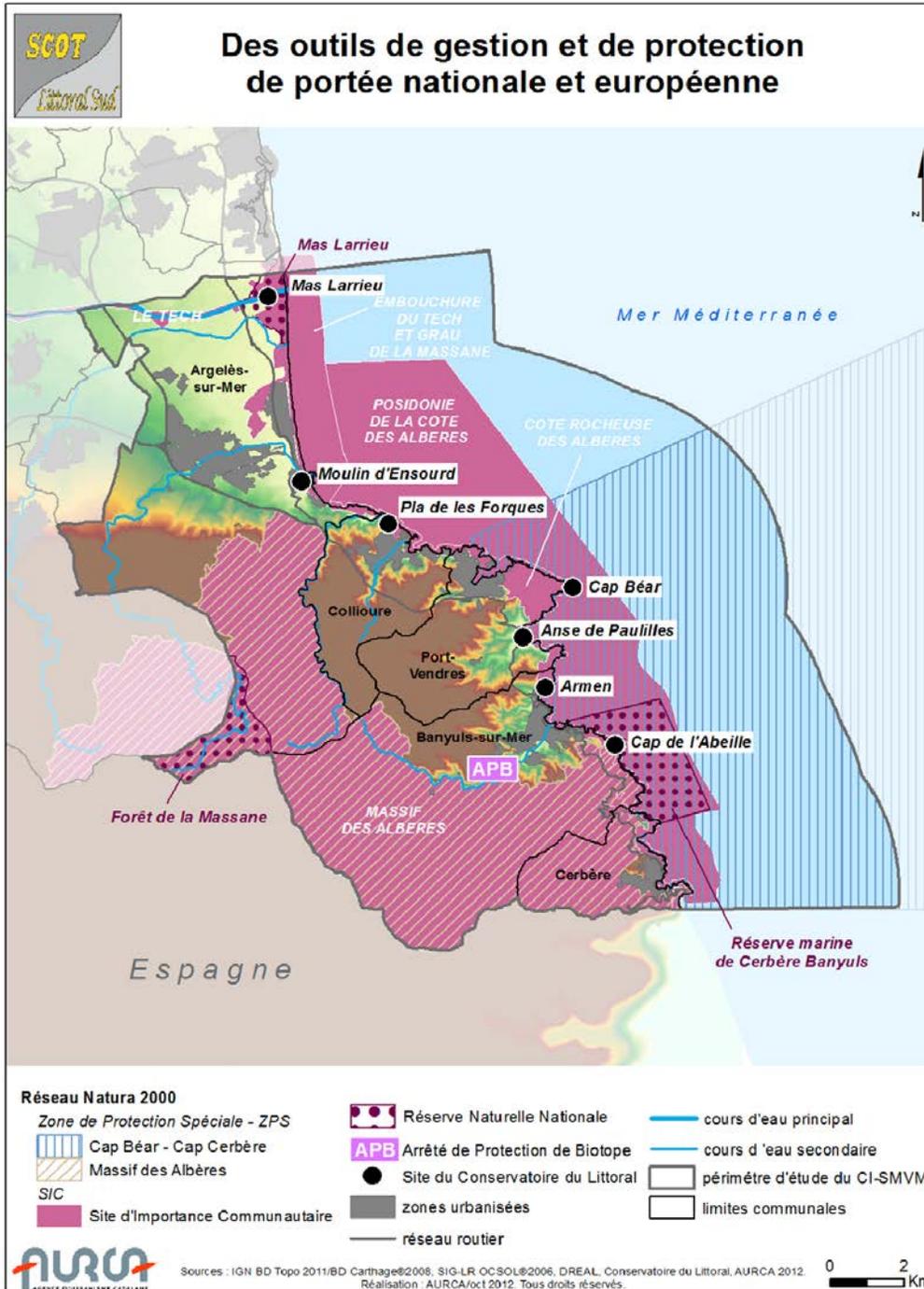
Sources : Ifremer (Synthèse sédimentologique d'Alaisi - 1986), RNM CB, UMR 5244 CNRS-EPHE-UPVD CBETM, AAMP, EEA, Ifremer, SHOM, IGN. Système de coordonnées: RGF 93 / Lambert 93.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

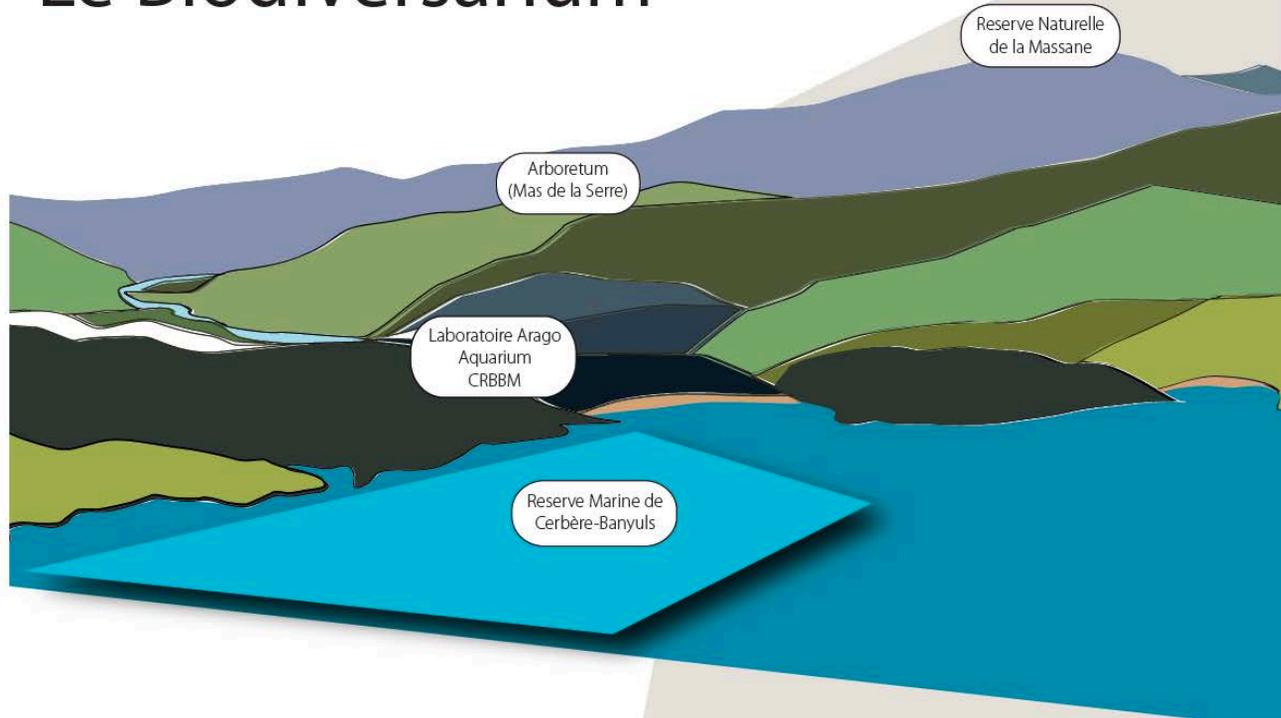
### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.1. Le Biodiversarium



# Le Biodiversarium



## Valoriser la biodiversité

Auprès des scolaires

Auprès du grand public



## Améliorer les connaissances pour participer à la préservation de la biodiversité

Par la réalisation d'un inventaire de la biodiversité, notamment dans le domaine des microorganismes



## Développer la recherche appliquée dans le domaine des biotechnologies marines

Par un partenariat avec les entreprises du domaine de la pharmacologie

Par le développement d'outils de suivi et de diagnostic environnementaux



## Former autour du thème de la biodiversité

Par des formations initiales (Masters)

Par des stages pour les professionnels (gestionnaires de milieux naturels, administratifs et élus)

Par l'accueil d'étudiants stagiaires au centre de recherche



## Participer au développement local

Par la création d'environ 20 emplois sur l'ensemble des sites

Par les effets indirects de la fréquentation du site sur la commune

# L'originalité de l'expérience

Chaque site permettra, au cours de la visite, la découverte des milieux locaux emblématiques, tant terrestres que marins. Les habitats locaux seront présentés (ou reconstitués) et illustrés par une scénographie permanente et harmonisée, selon le transect altitudinal local décrit précédemment.

Un objectif majeur du projet étant d'effacer les divisions artificielles entre les domaines terrestre et marin, l'accent sera mis sur la notion d'universalité des concepts scientifiques de base utilisés actuellement en évolution et écologie.



## La biodiversité marine

Le trottoir à lithophyllum,  
Les fonds rocheux,  
Les fonds meubles sableux,  
Les herbiers de Posidonies,  
Le coralligène,  
Les fonds meubles vaseux,  
Le milieu pélagique,  
Les canyons sous-marins

## La biodiversité terrestre

Les pelouses montagnardes,  
La hêtraie,  
La forêt de chênes verts,  
La forêt de chênes pubescents,  
La suberaie,  
Les vignes et maquis,  
La côte rocheuse,  
Les plages et dunes,  
Les milieux lagunaires,



En complément aux parcours de visites qui constitueront l'essence des 2 sites, de nombreux espaces seront dédiés à des expositions temporaires. Ainsi, chaque espace proposera un contenu pédagogique sans cesse renouvelé en fonction par exemple de l'actualité de la recherche scientifique ou du type de public visitant le site (scolaires, grand-public,...).

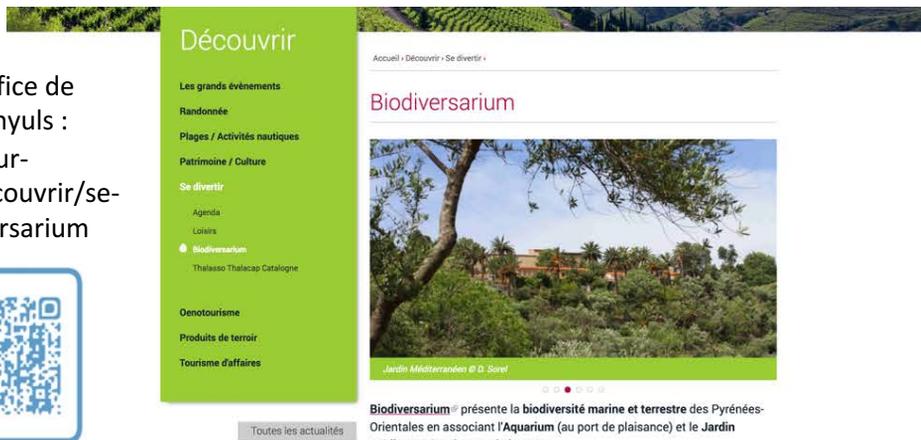
## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.1. Le Biodiversarium

Site web de l'office de tourisme de Banyuls :  
[www.banyuls-sur-mer.com/fr/decouvrir/se-divertir/Biodiversarium](http://www.banyuls-sur-mer.com/fr/decouvrir/se-divertir/Biodiversarium)

The screenshot shows the website's navigation menu on the left with categories like 'Les grands événements', 'Randonnée', 'Plages / Activités nautiques', 'Patrimoine / Culture', 'Se divertir', 'Agenda', 'Loisirs', 'Biodiversarium', 'Thalasso Thalacap Catalogne', 'Oenotourisme', 'Produits de terroir', and 'Tourisme d'affaires'. The main content area features a header 'Découvrir', a sub-header 'Accueil > Découvrir > Se divertir >', and a title 'Biodiversarium'. Below the title is a photograph of a lush garden with a large tree. A caption reads 'Jardin Méditerranéen © D. Siret'. At the bottom of the page, there is a section titled 'Biodiversarium présente la biodiversité marine et terrestre des Pyrénées-Orientales en associant l'Aquarium (au port de plaisance) et le Jardin Méditerranéen du Mas de la Serra.' followed by descriptive text and contact information for the Observatoire Océanologique.

## Aquarium du Laboratoire Arago

### Fermé du 1<sup>er</sup> au 31 janvier 2016 pour travaux

Implanté à Banyuls-sur-mer depuis plus de 125 ans, le **Laboratoire Arago** contribue à l'exploration et à la connaissance de la biodiversité. Son aquarium historique, facette marine du Biodiversarium, vous invite à une plongée hors du temps à la découverte de la biodiversité marine des Pyrénées Orientales. Exclusivement dédié à la présentation de la faune et de la flore marines locales, il est **le plus vieux aquarium sur la Côte Méditerranéenne française**. Plus de **200 espèces** de végétaux, d'invertébrés marins et de poissons, toutes originaires des Pyrénées-Orientales y sont présentées au sein d'une quarantaine de bassins. Organisée comme une promenade le long de notre littoral, la visite permet de découvrir la richesse de nos côtes et sa diversité.

#### Nouvel Aquarium en construction prévu en 2016 !

Avenue du Fontalé (face au port) - 66650 Banyuls sur Mer

**Horaires d'ouverture** : Toute l'année, tous les jours de 10h à 12h30 et de 14h à 18h. **Fermetures le 25 décembre et le 1<sup>er</sup> Janvier.**

**Tarifs** :  
Adultes : 5€  
Enfants (3-12 ans) : 2.50€ (2€ au tarif groupe)  
Visites de groupes sur réservation

Billet couplé Aquarium / Jardin Méditerranéen :  
Adultes : 7.50€  
Enfants (3-12 ans) : 4€ (3€ au tarif groupe)  
Gratuit pour les moins de 3 ans

[Réserver vos entrées au Biodiversarium](#)

## Jardin Méditerranéen du Mas de la Serra

Ce **parc de 3 hectares**, situé sur les hauteurs de Banyuls sur mer, vous promet un agréable moment de détente et de découverte. Suspendu au dessus de la vallée de la Baillaury, il offre un parcours de visite original et une vue exceptionnelle sur l'arrière pays Banyulenc. Il présente, sur ses terrasses et son sentier, plus de **300 espèces** végétales locales ou originaires de régions soumises au climat méditerranéen. Dans les espaces d'expositions, des photos, des vidéos et des collections d'insectes complètent la visite du jardin. Pour les familles, un **jeu de piste gratuit** est proposé aux enfants de 6 à 12 ans.

Mas Reig - 66650 Banyuls sur Mer

#### Horaires d'ouverture :

**Basse saison** (d'Octobre à Mars) : ouverture aux groupes, uniquement sur réservation.

**Moyenne saison** (Avril, Mai, Juin et Septembre) : ouvert du mercredi au dimanche de 14h à 18h. **Fermé le lundi et mardi.**

**Haute saison** (Juillet et Août) : ouvert tous les jours de 10h à 12h et de 14h à 18h.

#### Tarifs :

Adultes : 5€  
Enfants (3-12 ans) : 2.50€ (2€ au tarif groupe)  
Visites de groupes sur réservation

Billet couplé Aquarium / Jardin Méditerranéen :

Adultes : 7.50€  
Enfants (3-12 ans) : 4€ (3€ au tarif groupe)

Gratuit pour les enfants de moins de 3 ans  
Tarifs réduits pour les groupes à partir de 10 personnes et pour les étudiants, les handicapés et les chômeurs, sur présentation d'un justificatif.

[Réserver vos entrées au Biodiversarium](#)



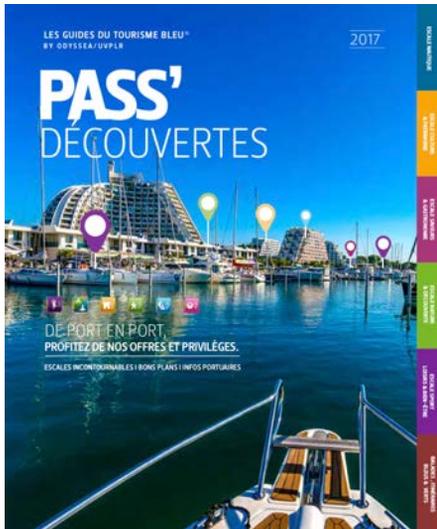
## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.1. Le Biodiversarium

Pass'Découvertes Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon.



### UNE PLONGÉE EN MÉDITERRANÉE

Pour découvrir la grande bleue, un lieu incontournable : le Biodiversarium qui présente la biodiversité marine et terrestre méditerranéenne, en associant l'Aquarium (Laboratoire Arago) et le Jardin Méditerranéen du Mas de la Serra, parc de trois hectares. Vous êtes bon nageur ? Ne manquez surtout pas le sentier sous-marin de la réserve marine de Cerbère-Banyuls, 1<sup>ère</sup> réserve marine française. Une merveille que vous pourrez aussi découvrir aux côtés de plongeurs professionnels. Les marcheurs, eux, pourront découvrir les 9 superbes sentiers au départ de la Maison de la randonnée, avant de s'offrir, pourquoi pas, un moment de détente à l'institut de thalasso.

#### SUR LES PAS DU SCULPTEUR MAILLOL

Le célèbre sculpteur Aristide Maillol, est un enfant du pays. Toute la ville est empreinte de l'artiste, du musée du Mas de la Roume au circuit « Dans les pas d'Aristide » en 14 étapes au cœur du vieux village.



#### UN CADEAU À FAIRE ?

Ne partez pas sans avoir dégusté un Banyuls et en ramener la saveur dans vos bagages.

#### OFFRE PLAISANCIER À L'ANNÉE

**1 CADEAU SURPRISE OFFERT**  
Offre valable une fois par an

A partir de 150 milles marins effectués en 2017.

#### OFFRE PLAISANCIER EN ESCALE

**3<sup>e</sup> NUIT AU PORT OFFERTE !**  
Pour tout séjour d'au moins 2 nuits consécutives en 2017.

En juillet et août, pas de nuitée offerte, en revanche, à partir de la 3<sup>e</sup> nuit au port, 2 balades en petit train avec visite d'une cave ou 2 entrées à l'Aquarium Arago offertes.

#### POUR TOUTE INFORMATION

Capitainerie de Banyuls-sur-Mer  
+33 (0)4 68 88 30 32  
port.banyuls@banyuls-sur-mer.com



### NOS INCONTOURNABLES AU DÉPART DU PORT

Retrouvez toutes les informations du port en p. 55



UVPLR - Pass'Découvertes Plaisanciers  
Les guides du Tourisme Bleu® by Odyssea - 2017

52

www.uvplr.com/pass-decouvertes/banyuls-sur-mer

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.2. L'aquarium

L'aquarium sera une véritable vitrine de la biodiversité marine méditerranéenne.

Contrairement au Mas de la Serre qui n'était pas destiné à l'origine à être ouvert au public, l'Aquarium de Banyuls a été conçu et construit, lors de sa fondation en 1882, comme une partie « grand public » du Laboratoire Arago. L'aquarium actuel a été entièrement repensé et rénové dans les années 1950 et présente depuis, une quarantaine de bassins organisés en deux couloirs de visite. Cet aquarium a pu accueillir jusqu'à 60 000 visiteurs par an et malgré sa vétusté, reçoit actuellement entre 40 000 et 50 000 visiteurs par an (jusqu'à 1 000 visiteurs par jour lors de certaines journées d'été).

L'aquarium de Banyuls est exclusivement dédié à la présentation de la faune et de la flore marines locales. Le parcours de visite est organisé comme une promenade subaquatique au fil de la côte des Pyrénées-Orientales au cours laquelle les visiteurs découvrent la diversité des biotopes côtiers du département ainsi que les espèces qui les peuplent.

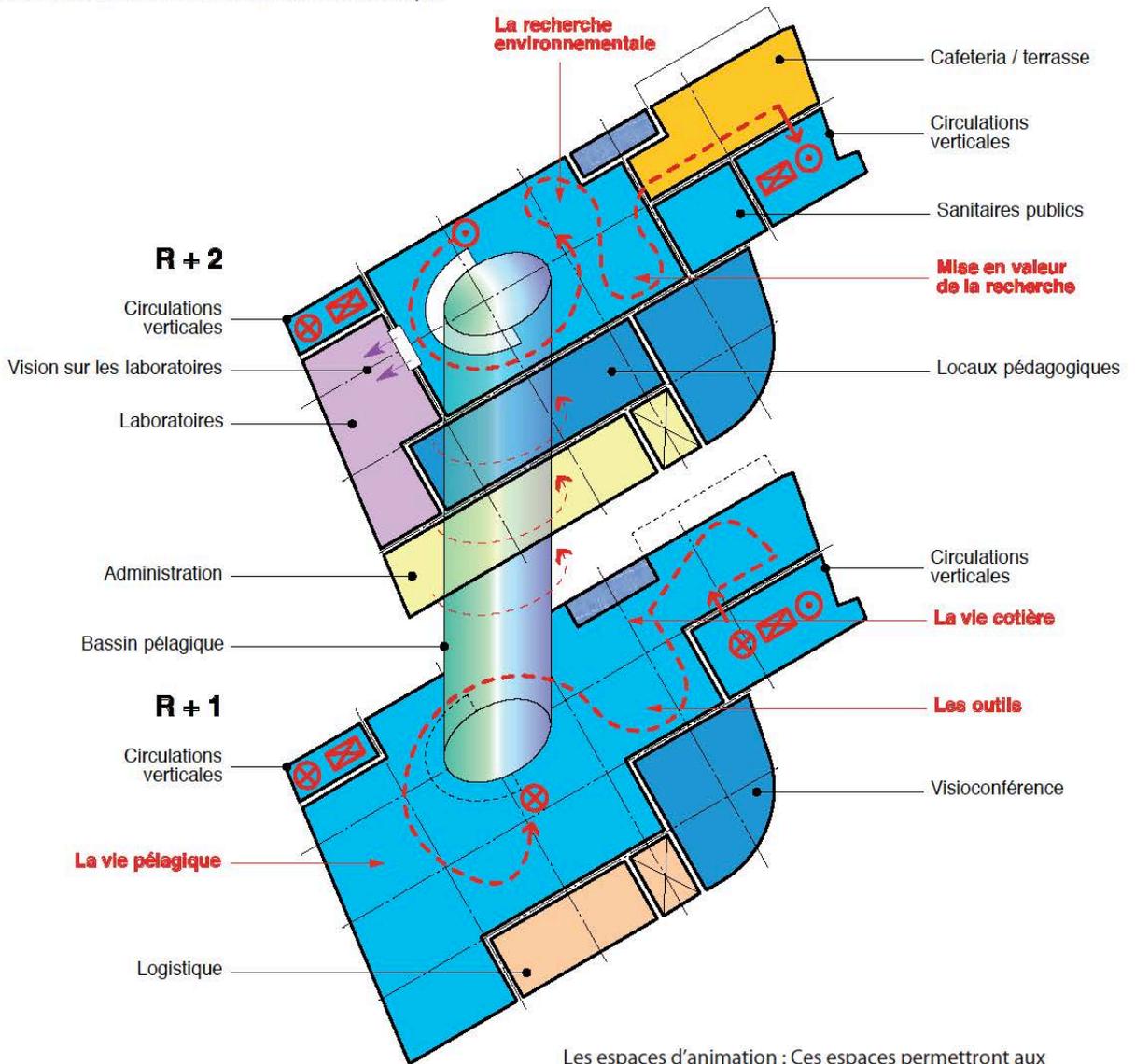
permet la présentation d'espèces emblématiques ou caractéristiques qui servent d'exemples pour illustrer des notions telles que la phylogénie, la reproduction et les stratégies de dispersion, les moyens de défense ou encore les interactions durables. L'aquarium dispose également d'un bassin tactile équipé d'un système de vidéo sous-marine qui permet, en présence d'un animateur, de mettre en contact le public et en particulier les scolaires avec la faune et la flore marines locales.

La force de l'aquarium de l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer repose sur le fait qu'il est réputé pour la diversité des espèces méditerranéennes, en particulier des invertébrés qu'il présente. Axé uniquement sur la présentation de la flore et de la faune marines locales, sa fréquentation actuelle montre que ses qualités de fond ne sont pas perdues pour le grand public. L'aquarium bénéficie de la notoriété scientifique du laboratoire et du positionnement touristique de Banyuls-sur-Mer.



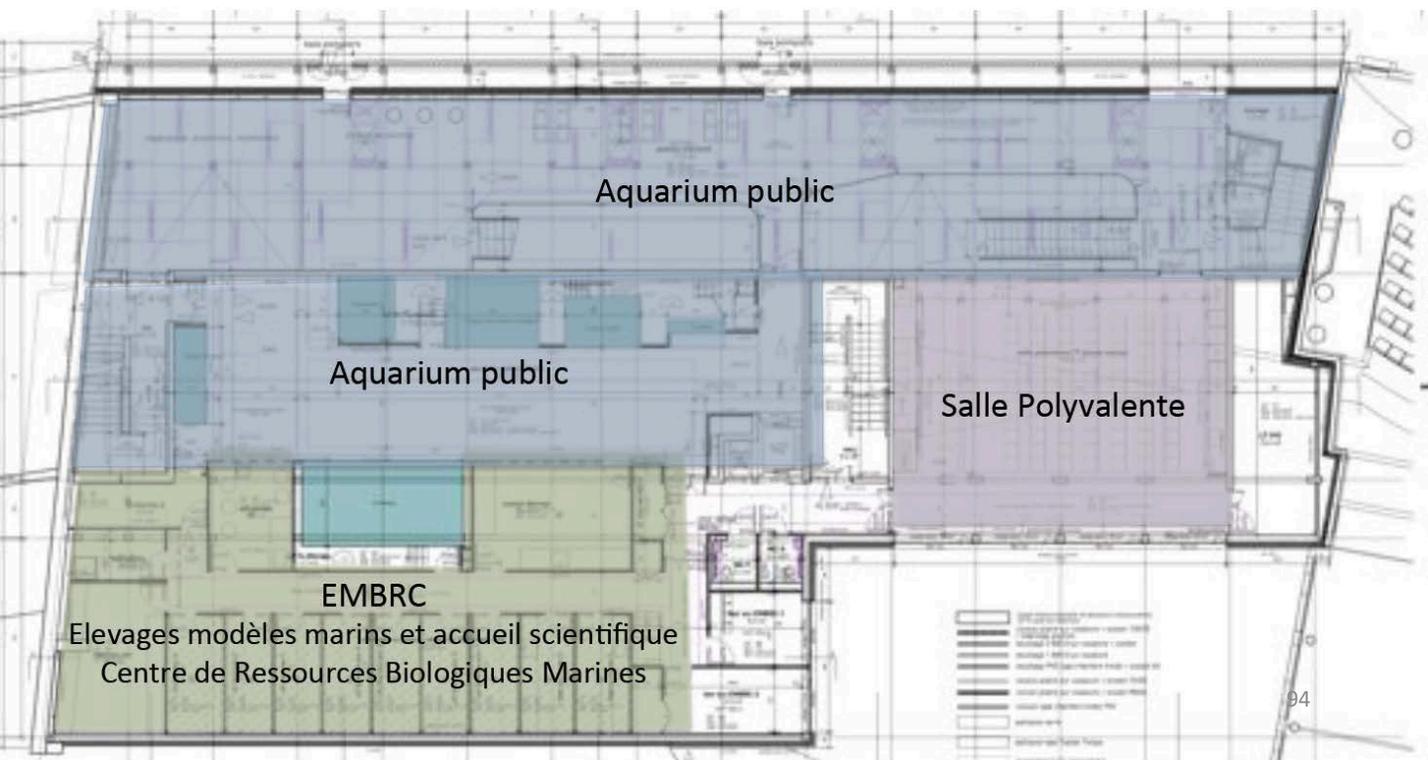
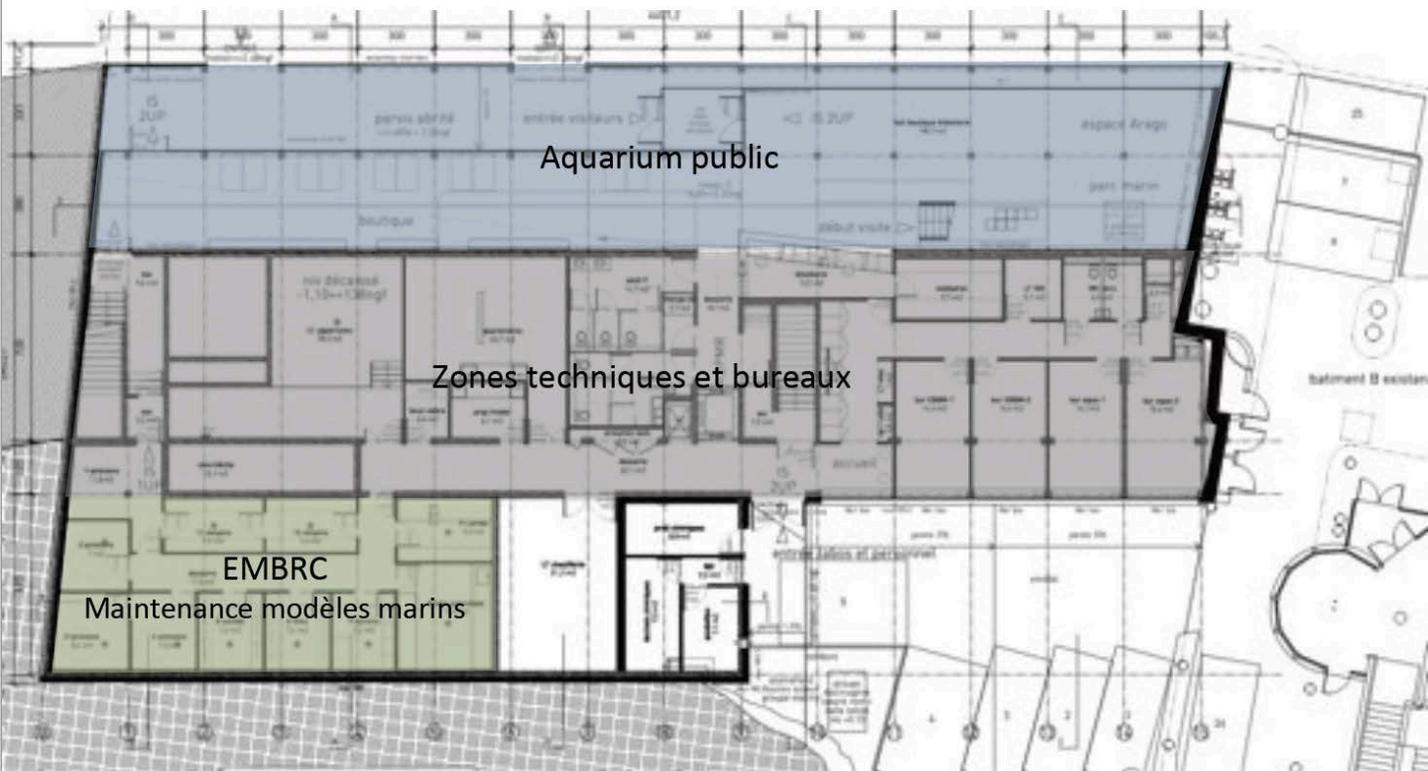
L'aquarium, d'une surface de 2 000 m<sup>2</sup>, comprendra des espaces de recherche et des espaces pédagogiques et sera une vitrine des fonds marins en raison de sa conception architecturale qui reproduira, par paliers successifs, la faune et la flore des différentes profondeurs. **Son originalité permet d'espérer, avec raison et à très court terme, le doublement de sa fréquentation, pour atteindre dès les premières années, 100 000 visiteurs par an.**

Une zone d'accueil du public : Le rez-de-chaussée bénéficiera d'une zone d'accueil du public avec entre autre une billetterie, des vestiaires, et une boutique.



Les espaces d'animation : Ces espaces permettront aux visiteurs de découvrir les richesses biologiques de nos zones littorales, pélagiques et profondes, grâce à un parcours scénographié depuis les plages et lagunes jusqu'aux canyons sous-marins. Ils comprendront un laboratoire pédagogique, en complément des expositions permanentes et temporaires présent sur le parcours de l'aquarium. )





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

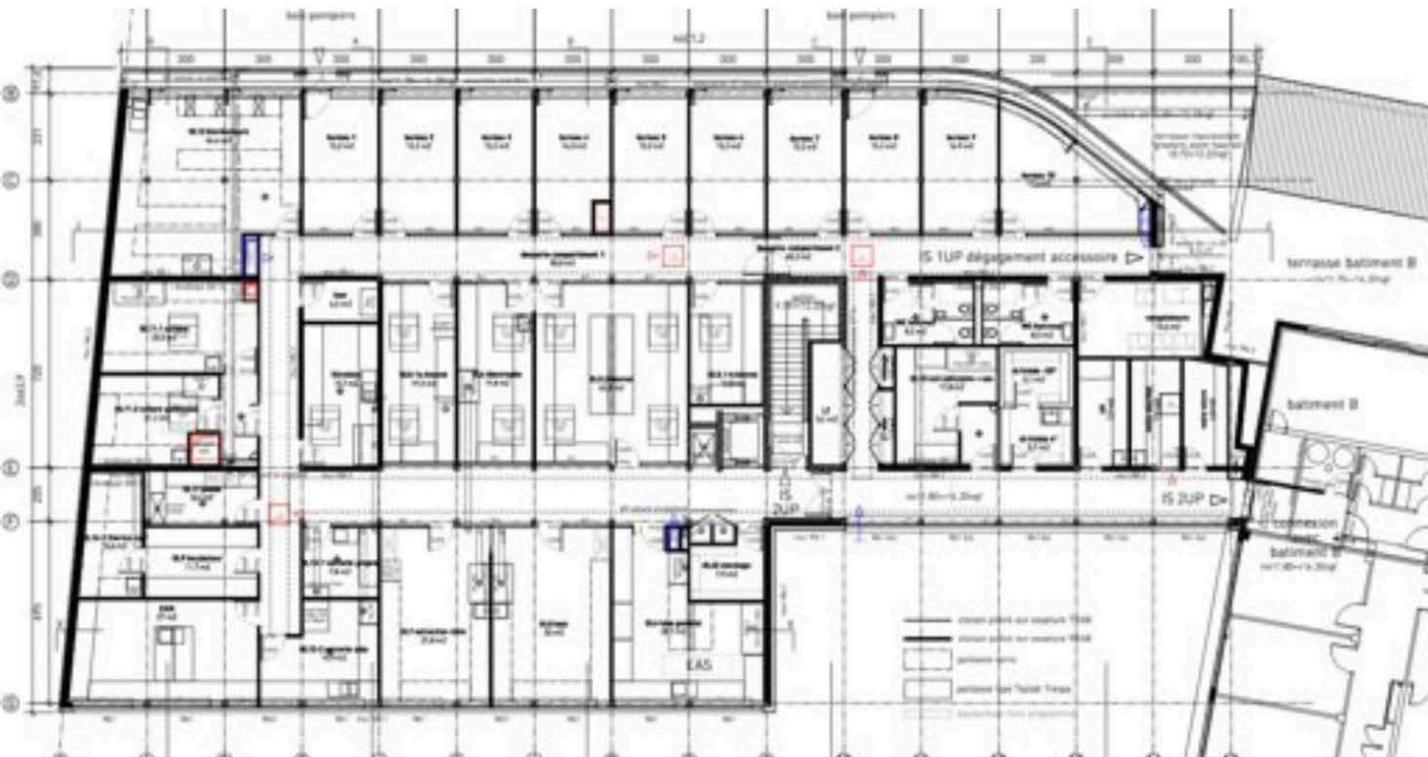
### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.2. L'aquarium

3ème étage

### Laboratoires de recherche et plateforme Bio2Mar





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.2. L'aquarium

L'**aquarium** sera une véritable vitrine de la biodiversité marine méditerranéenne avec scénographie, parcours pédagogique, médiation scientifique et activités spécifiques aux scolaires.

C'est en proposant une visite naturaliste et géographique tout au long du littoral des Pyrénées-Orientales que « l'immersion » du visiteur sera réalisée. Cette immersion se fera à 2 niveaux : immersion dans les différents biotopes sous-marins de notre littoral mais immersion également dans le monde de la recherche en biologie marine et en océanographie. Les bassins, de grands volumes, permettront la reconstitution fidèle des biotopes naturels, permettant ainsi aux visiteurs de s'imprégner des ambiances sous-marines si particulières et diverses de notre littoral.

La présentation de la diversité des espèces et de leurs comportements naturels seront ainsi optimisés, les espèces les plus discrètes pouvant être observées par le biais de moyens modernes tels que des caméras immergées dans des petits bassins.

Au sein de chacun des biotopes rencontrés, des problématiques scientifiques particulières seront évoquées. Les moyens mis en œuvre par les chercheurs (techniques de prélèvement et de mesure in situ, microscopie, biologie moléculaire, microbiologie, actographie, outils informatiques) seront alors explicités et

montrés au public par le biais d'animations multimédias.

Des animateurs permettront aux visiteurs de « réaliser eux mêmes » des observations scientifiques dans des laboratoires reconstitués et ensuite de les interpréter, facilitant ainsi leur compréhension du monde marin.

Des sujets scientifiques d'actualité seront également abordés et expliqués (efflorescences algales dans les étangs, destruction des herbiers de posidonies, suivi de la qualité des eaux de baignade par exemple).

Ainsi, pour la première fois, un laboratoire scientifique « ouvrira ses portes » en continu au grand public, démystifiant le métier de biologiste marin et mettant en avant l'intérêt de la recherche tant fondamentale qu'appliquée dans le domaine marin.

Des stages d'une journée ou plus (accueil de scolaires, classes de mer) dans des salles de travaux pratiques de l'aquarium seront réalisés au contact d'animateurs, biologistes marins de l'aquarium ou de la réserve marine.

Des sorties naturalistes sur le terrain tout proche pourront être envisagées. Enfin, des programmes à plus long terme sur des thèmes précis et impliquant des classes sur une année scolaire entière seront réalisés.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.2. L'aquarium

Depuis le début du 21<sup>ème</sup> siècle, à l'image de ce que les parcs zoologiques ont initié il y a plus de 30 ans, une des missions majeures des aquariums est de permettre la mise en place, la coordination et le suivi tant technique qu'administratif de projets en lien avec la conservation d'espèces menacées. Programmes de reproduction, de réintroductions, suivi in situ constituent donc une part importante de leurs activités.

De par sa situation toute proche de la Réserve marine de Cerbère-Banyuls, en raison également des nombreuses collaborations existant dans ce cadre avec le personnel de la réserve mais également avec de nombreux aquariums tant français qu'européens, et enfin grâce à son intégration dans l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer, l'aquarium de Banyuls est impliqué

depuis plusieurs années dans des programmes de conservation d'espèces locales dont les populations sont menacées (suivis des populations de mérus in situ, programme européen de reproduction d'hippocampes, bouturage et réintroduction de gorgones, suivi des populations de tortues marines, du corail rouge, des coraux profonds, etc.).

Le nouvel aquarium de Banyuls offrira une structure moderne et adaptée pour le développement de ces activités en lien direct avec d'autres institutions locales (DIREN, Réserve marine de Cerbère-Banyuls, Office National de la Chasse et de la Faune Sauvage, Direction des Services Vétérinaires, Université de Perpignan) et internationales (WWF, European Union of Aquarium Curators, etc.).



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.2. L'aquarium

Les prestataires locaux, notamment les clubs de plongée seront acteurs de la valorisation de la biodiversité marine par le biais de l'office de tourisme.

Des actions collégiales entre le L'Observatoire Océanologique et les clubs de plongée sont déjà évoquées afin de mettre en place de véritables produits à destination des clientèles touristiques. La relation entre l'aquarium et

les clubs de plongée se veut forte. Des formations sur les discours à donner aux clientèles touristiques lors de plongée ou de sortie en mer seront mises en place entre les chercheurs du laboratoire et les prestataires de loisirs nautiques.

Des produits touristiques combinés plongée + visite de l'aquarium seront mis en place et vendus par l'office de tourisme de Banyuls.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.2. L'aquarium

Un volonté d'ouvrir ses portes aux richesses du terroir banyulenc.

aux producteurs locaux sous forme de galerie de valorisation des productions locales.

Le bâtiment où se situera le nouvel aquarium a un couloir de 25 mètres. La volonté de l'Observatoire Océanologique est de l'ouvrir

Un espace de vente numérique des offres et des produits de la destination Banyuls-sur-Mer serait aussi mis en place.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.3. Le jardin Méditerranéen du Mas de la Serra

En 1948, le Professeur Georges Petit, directeur du Laboratoire Arago, créa le Centre d'Ecologie Méditerranéenne sur le site du Mas de la Serre afin d'y développer des recherches en écologie terrestre. Cette installation a rencontré un vif succès pendant 50 ans, offrant un terrain d'expérimentation intéressant pour les scientifiques et étudiants.

Depuis janvier 2008, l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer ne compte plus de spécialistes en écologie terrestre au sein de ses chercheurs et le centre n'avait plus de raison d'exister dans sa forme historique.

Le Laboratoire, désireux de se rapprocher du grand public et d'expliquer l'intérêt de ses travaux scientifiques et de la recherche en général, décida alors d'ouvrir le site et ses infrastructures au public.

Le site du Mas de la Serre est facilement accessible par tous : à 3 km seulement du port de Banyuls très touristique, il pourra former avec l'exploitation viticole du GICB et le centre de valorisation du patrimoine récemment créé par la commune, un véritable pôle culturel et touristique sur le lieu-dit Mas Reig.

#### Le reflet de la richesse biologique des Albères

La configuration du jardin, conque orientée plein sud, à l'abri de la Tramontane, explique le microclimat très doux dont bénéficie ce parc, et qui est particulièrement propice à une flore et une faune méditerranéennes variées.

Aujourd'hui, une grande diversité d'espèces végétales sont présentes sur le site, ligneuses ou herbacées, locales ou originaires d'autres zones jouissant d'un climat méditerranéen (Californie, Australie, Afrique du Sud...).

En plantant ces espèces, les chercheurs successifs ont rassemblé tout un panel d'espèces caractéristiques de la région méditerranéenne tout en lui donnant une véritable identité. Aujourd'hui, ce jardin abrite aussi une faune diverse associée à ces espèces végétales (insectes, oiseaux, batraciens...).

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.3. Le jardin Méditerranéen du Mas de la Serra

### Projet d'animation - Vigne au Jardin Méditerranéen



**Partenaire :** Mairie de Banyuls avec projet d'école de sommellerie

**Durée de l'intervention :** 2h

1h30 Visite guidée du site avec thématique vigne à la fin du sentier de découverte.

30 min Extraction de sol (faite en amont) pour observation de microfaune du sol dans le laboratoire pédagogique

#### 1h30 : Visite guidée thématique Vigne au Jardin Méditerranéen

Appui sur le panorama du site dès l'entrée du Jardin : vignes en terrasses.

Présentation de l'histoire de M. Reig, exploitant agricole ayant légué ses terres au CCAS au début du siècle.

Arrêt intermédiaire sur l'espace pique-nique : explications sur les Agouilles et murettes pour la tradition, aspect culturel et lutte contre l'érosion.

Le Jardin Méditerranéen présente les trois types de Grenache sur sa petite parcelle expérimentale : noir, gris et blanc.

Ces cépages sont inclus dans les AOC Banyuls et Collioure.

Les pieds ont été plantés au bord de la station météo du Jardin, opérationnelle depuis 60 ans. Les suivis des années précédentes ont permis de relever des périodes de canicule et de sécheresse mettant en valeur les conditions parfois extrêmes du climat méditerranéen où pousse notre vigne dans un terroir exceptionnel. La force de la tramontane permet d'assainir les cultures et de bénéficier de conditions idéales pour obtenir des vins doux naturels.

A plus grande échelle, il faut noter que le département est le plus grand producteur de VDN en France. A terme, le gestionnaire souhaite présenter les vieux cépages catalans et la lambrusque (vigne originelle, recherche génétique sur les pieds retrouvés dans les Albères).

#### 30 min : Observations à la loupe binoculaire dans le Laboratoire Pédagogique

Présentation du Berlèze et principe d'extraction, le passé scientifique du Mas

Observation à l'œil nu et à la loupe binoculaire avec écran dans le laboratoire pédagogique :

- qu'est-ce qu'un collembole ?
- qu'est-ce qu'un acarien ?
- Particularités et études de ces arthropodes
- Comment ces petits animaux participent à la bonne dégradation de la matière ?
- Rendement de la vigne par rapport à la richesse biologique de son sol (lien terroir)

**Tarif à titre indicatif sur la base de la grille tarifaire 2016 :**

Billetterie : 4 € / pers (prévoir 5 € / pers groupe réduit en 2017)

2 heures de forfait animation : 47,50 € x 2 = 95 € (prévoir 60 € x 2 = 120 € en 2017)

Soit un total d'environ 200 € pour un groupe de 15 personnes environ.

Peut être régulièrement reconductible : par exemple, tous les samedis du 1<sup>er</sup> avril au 30 septembre.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.4. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium



## CHEMINEMENT SCIENTIFIQUE : DE L'INFINIMENT GRAND À L'INFINIMENT PETIT

l'exploration des mers  
et des océans



De la Mairie à l'Aquarium

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.4. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

Les défis d'une spécialisation intelligente de tourisme scientifique dédié à la protection et à la valorisation de la Méditerranée.

L'un des axes innovants en matière de tourisme est la création d'une balade thématique en 10 points qui permettra de découvrir et de sensibiliser les touristes qui déambulent aux enjeux scientifiques autour de la protection du milieu marin.

Cette balade sous forme de Cheminement scientifique permettra de découvrir la biodiversité de la méditerranée sous un concept narratif : de l'infiniment grand à l'infiniment petit.

Ce cheminement renforcera l'ensemble des actions de protection et de valorisation de la mer Méditerranée et facilitera la visite de l'aquarium puisque le point d'arrivée se situe sur l'esplanade Sagols, face à ce dernier.

Le projet d'investissement du cheminement scientifique dont l'aménagement du parvis du Biodiversarium fait parti, est détaillé dans la partie 5 de ce document : 5. Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.5. L'incubateur d'entreprises d'innovation et le centre de conventions d'affaires

Il est important de souligner également une contribution nouvelle et importante de l'Observatoire, représentée par la Mission de développement économique, portée par son Directeur Vincent Laudet.

En effet, avec le nouveau bâtiment (qui porte également l'aquarium nouveau), sera installé un incubateur d'entreprises innovantes.

L'avantage concurrentiel exposé par l'Observatoire réside dans la spécialisation et l'expertise océanologique reconnues, facteur d'attractivité pour des entreprises nouvelles tournées vers les produits de la mer (Pierre Fabre ne s'y est pas trompé en y installant un laboratoire de recherche commun et en y investissant lourdement).

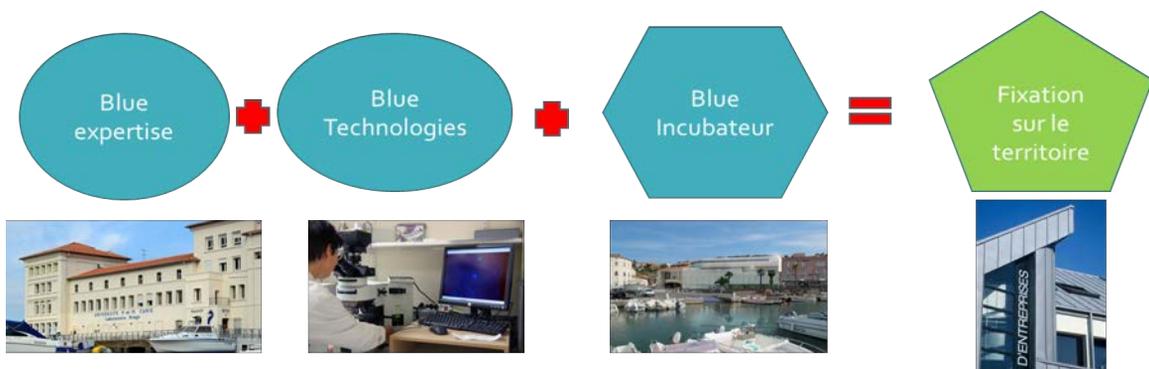
Déjà trois entreprises en création candidatent. C'est une dizaine d'emplois potentiels, au moins.

De façon à vaincre l'isolement de ces

entreprises, l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer met en place une politique d'attractivité d'entreprises en offrant, au sein du centre d'hébergement (75 chambres et un restaurant panoramique de 100 couverts) un centre de conventions d'affaires pour y accueillir des séminaires (hors saison) dans un cadre balnéaire, à connotations scientifiques avec des infrastructures adaptées (amphithéâtre de 120 places équipé et ouvert sur la mer, des salles de réunions équipées en vidéo conférences).

La privatisation du nouvel aquarium pour des cocktails et réceptions prestigieuses donnent un attrait particulier à cette offre.

A cet incubateur d'entreprises, un évènementiel est lié appelé Start'CUP utilisant les budgets communication d'entreprises désireuses de faire valoir leur image associée à celle de l'Innovation.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.5. L'incubateur d'entreprises d'innovation et le centre de conventions d'affaires

Banyuls, malgré des atouts indéniables, souffre, en plus d'une absence de culture entrepreneuriale, d'une position excentrée, à la fois géographique et économique faute d'un bassin industriel correspondant à l'activité de recherche de l'Observatoire.

Le plan d'affaire de novembre 2015 proposait donc de créer de l'attractivité sur la base des actifs matériels valorisables : expertise, plateaux techniques et moyens à la mer, formation, centre de convention.

Derrière ces infrastructures des produits étaient proposés : Fab'Lab, Centre de convention d'affaires, Ocean Vision, Start'CUP.

Ces propositions étaient dans l'air du temps et ont trouvé écho auprès d'opérateurs locaux : communauté de communes, Mairies, et surtout le Crédit Agricole qui y voit la possibilité, à terme, de créer un Village By CA, très tendance.

Mais aussi un certain nombre de partenaires plus modestes témoignant d'une réelle attente locale. Le succès du FIDOM l'atteste, s'il en fallait.

Avec les projets Odyssea et le Pôle de compétitivité mondial, Pôle Mer, l'Observatoire est de plein pied avec la Blue Economy.



ET SI VOTRE SPORTIF ÉTAIT UNE START UP ?

## Entrez dans la compétition

Compétition appelée à devenir mythique autour de la création d'entreprises technologiques, avec escales et assistance, la START'UP est une nouvelle aventure humaine. Une épreuve unique, un univers hors du commun pour promouvoir votre marque ou services auprès d'un public averti et professionnel.

Bien accompagnées durant les phases amont, **les Startup's** se retrouvent à devoir traverser « la Vallée de la mort » pour rencontrer leurs premiers investisseurs.

De leur côté, **les entreprises industrielles** cherchent des supports de communication innovants, pertinents et visibles.

**La Start'UP répond à ces besoins avec un nouveau type de partenariat :**

**Pour les Startup's :** bénéficier de l'expertise et du financement pour atteindre le premier tour de table, grâce au **parrainage** d'entreprises.

**Pour les entreprises :** participer à une action citoyenne dans le cadre d'un support de communication innovant à forte visibilité.

Chaque équipage ainsi formé aura un an pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixé sur sa feuille de route et préparer ainsi sa première levée de fonds. Les candidats auront des « Bouées » à passer telles que : *le renforcement de leur financement, leur organisation, leurs besoins technologiques, marketings, commerciaux* et prouver ainsi leur valeur aux yeux des investisseurs à l'arrivée.

**Pour les Collectivités :** Les escales prévues seront l'occasion de remettre des prix intermédiaires lors d'événements organisés autour d'un *salon ouvert au public, un village VIP, l'Emission « Le Mouillage » en présence de personnalités médiatiques et bien sûr le Podium.*

### S'engager aux côtés de la Start'Up c'est :

Vivre une histoire extraordinaire

S'engager auprès d'une des manifestations économiques les plus prestigieuses.

Partager l'expérience avec le plus grand nombre

Devenir l'ambassadeur de l'évènement économique le plus populaire

Promouvoir des valeurs fortes comme le courage, l'ambition, l'authenticité, la détermination et la solidarité.

### Devenir partenaire c'est :

Obtenir une forte visibilité et renforcer votre image de marque

Animer vos réseaux Commerciaux

Développer du chiffre d'affaire additionnel

Fédérer et animer vos équipes internes

Savoir se démarquer de vos concurrents

### Un partenariat à la carte....

Vous choisissez votre mode de présentation : Remise de PRIX, le Podium, l'Emission « Le mouillage », la Web TV ou ses chaînes, le Fan Boost, etc ...



OCEAN'IC

66650 BANYULS(FR)

Téléphone : (33) 430 19 24 37

Mobile : (33) 607 42 25 88

Messagerie : daniel.christiaen@obs-banyuls.fr

Ocean'IC



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.6. Les évènements scientifiques

Pour sensibiliser le plus de monde, l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer développe et développera des actions dites « externes » à l'aquarium dont l'objectif restera la sensibilisation des habitants et des clientèles touristiques à l'importance de la préservation de la biodiversité marine et terrestre de la Méditerranée :

#### 1. Le Festival International du Documentaire Méditerranéen (FIDOM).

Cet évènement poursuit deux grands objectifs : faire partager au plus grand nombre et sur grand écran le plaisir de voir la Méditerranée, ses cultures, s'immerger dans un monde méconnu à travers le regard de grands documentaristes et reporters, et rendre hommage à ces hommes qui nous rapportent de sublimes images toujours filmées dans des conditions extrêmes. Le jury est composé de personnalités médiatiques et de professionnels. Ils jugeront une sélection internationale de films documentaires. Ce festival est déjà présent, depuis dix ans, à Hendaye (à l'autre extrémité du GR 10). Il est tourné vers l'Atlantique et accueille un millier de personnes sur 3 jours. Le choix de la Mairie de Banyuls-sur-Mer est de le faire en hors saison, au mois d'octobre / novembre dans l'objectif d'augmenter la saison touristique. Pour la première édition, le FIDOM a rassemblé près de 1 600 personnes sur 4 jours, soit une

moyenne de 60 personnes par film, ce qui montre qu'il existe une véritable attente autour du tourisme scientifique. Pour la prochaine édition, des produits touristiques seront proposés et mis en vente par l'office de tourisme avant et après ce festival international, dans le but que les prestataires de Banyuls-sur Mer bénéficient de cet évènement.

2. **Oceanvision.** Cette action se ferait sous forme de conférences autour de la biodiversité méditerranéenne auxquelles participeraient des prix Nobels et des académiciens qui ont fréquenté, pour leurs recherches, le laboratoire.

3. **Des expositions en extérieur.** Cette année, l'Observatoire Océanologique a mis en place, en extérieur, une exposition sur Edouard Charton qui a eu un retour extrêmement positif. Cette expérience sera renouvelée dès cet été.

4. **L'exposition sur les trésors de la bibliothèque du l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer.** Ce projet est encore à l'étude mais il s'avère, à la vue de différentes études et de la demande des clientèles touristiques, une volonté de découvrir des livres anciens portant sur le pôle recherche du l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 4.3.1. Le tourisme scientifique maritime

##### 4.3.1.6. Les évènements scientifiques



### Créons l'événement

Sur une thématique fédérative sur le plan culturel (la Méditerranée) et Scientifique (plusieurs documentaires provenant du CNRS sont dans la programmation), ce festival permet d'utiliser et donc de faire connaître les installations du Laboratoire Arago et de participer au désenclavement de la ville de Banyuls. Il s'intègre par ailleurs parfaitement dans le projet de la Mairie de faire de Banyuls « une destination de tourisme scientifique ».

#### Le FIDOM, une première étape stratégique du développement Economique

Le choix du calendrier permet de prolonger la saison en la clôturant par un événement d'ampleur et ainsi, d'accueillir des touristes supplémentaires. C'est aussi l'occasion d'associer les commerçants qui reçoivent à déjeuner et à diner les membres du jury composé de personnalités médiatiques susceptibles de répercuter leurs impressions au-delà de notre territoire.

#### Sensibilisation à l'environnement

Les films diffusés dans le cadre du Festival ont vocation à sensibiliser le grand public sur la protection de l'environnement et des espèces, le changement climatique mais aussi sur l'histoire des peuples de la Méditerranée. Une séance dédiée au jeune public permet également de sensibiliser les enfants à la protection de notre environnement et des espèces.

#### Rayonnement extraterritorial

Le festival est médiatisé par la presse qui est invitée. France Bleue Roussillon, par exemple, a animé ses émissions en offrant des invitations aux soirées réservées. Des spectateurs sont venus de Toulouse et même de Bordeaux. FR3 est venu faire un reportage diffusé au journal du soir. L'Indépendant a également couvert l'événement.

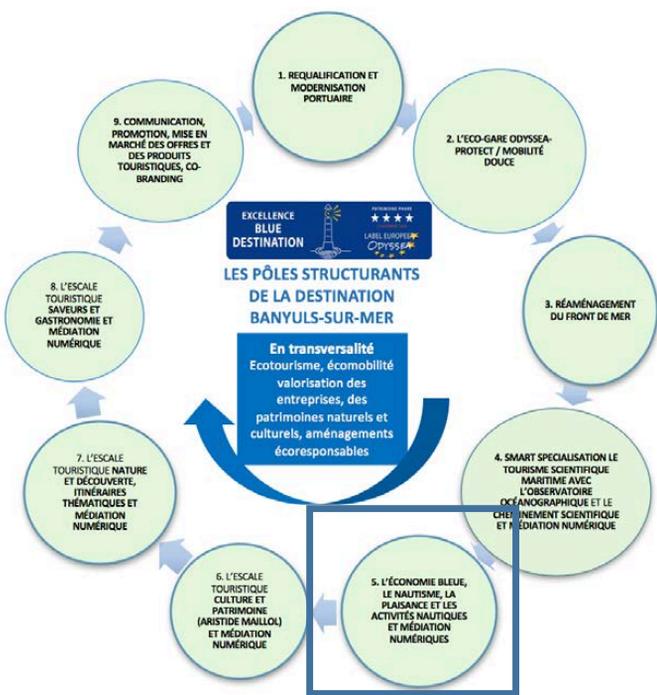


## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.1. Les activités nautiques





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.1. Les activités nautiques



### Les 9 grands pôles du Tourisme Bleu by Odyssea®

En transversalité (écotourisme, écomobilité, médiation culturelle, aménagements écoresponsables)



Escal  
Nautique

1

#### LES ACTIVITÉS NAUTIQUES

(voile, kitesurf, motonautisme, plongée, kayak, paddle...)

2

#### ACTIVITÉS ET ATTRACTIVITÉ DES PLAGES

(les plus belles plages, les jeux pour enfants, l'accessibilité pour tous...)

3

#### SAVEURS & AGRITOURISME MER

(pêches, sel, restauration, produits de la mer...)

4

#### ÉVÈNEMENTS NAUTIQUES

(courses, salons, régates...)

5

#### PORT - CROISIÈRES

(accueil, mobilité connectivité, produits et service...)

6

#### PORT - PLAISANCE - GRANDE PLAISANCE

(accueil, produits, services, ports, mouillages-escales...)

7

#### PATRIMOINE MARITIME

(barques catalanes, traditions pêche, navigateurs célèbres, routes maritimes célèbres, archéologie sous-marine...)

8

#### BALADES ET ITINÉRAIRES CULTURELS MARITIMES

(balades et itinéraires thématiques culturels sur l'eau et sous l'eau)

9

#### PRODUITS TOURISTIQUES – CRÉATION ET ANIMATION DU RÉSEAU DES PROFESSIONNELS NAUTIQUES

(prestataires marqués, produits pour les enfants, produits packagés, produits par saisons, produits multi-destinations...)

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.1. Les activités nautiques



### Les 9 grands pôles du Tourisme Bleu by Odyssea®

En transversalité (Ecotourisme, écomobilité aménagements eco-responsables)



#### Objectifs

- Attractivité de la destination « bleue » en toutes saisons (allonger la saison) .
- Conquête de nouveaux clients.
- Montée en gamme.
- Accompagnement des entreprises et soutien de la formation.
- Développement de l'écotourisme bleu (zéro émission de CO<sub>2</sub>).
- Aménagement des lieux de pratiques et des infrastructures d'accueil : ports, mouillages, port à sec, écoles de voile, de plongée...
- Création d'une plate-forme numérique commune du tourisme bleu : offres, services, produits, réservation.
- Développement d'une politique segmentée : d'accueil , d'offres et services.
- Un développement économique pour de l'emploi local.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

#### *Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

##### 4.4.1. Les activités nautiques

La première raison de l'attractivité touristique de Banyuls-sur-Mer est sa situation géographique privilégiée sur le littoral de la côte rocheuse, avec sa grande ouverture sur la mer, caractérisée par le port de plaisance et par la plage centrale, située en cœur de ville.

C'est cette principale singularité qui distingue Banyuls de ses villes voisines comme Collioure, Port-Vendres ou Cerbère et c'est sur la qualité de l'aménagement de ces 2 espaces contigus (espace portuaire et plage centrale) que la ville de Banyuls sur Mer peut différencier son offre touristique, et construire les conditions d'un nouveau développement économique autour des activités et des loisirs nautiques.

10 principales raisons montrent que Banyuls-sur-Mer peut devenir, au cœur du Parc naturel marin du golfe du Lion, une « destination nautique / destination Bleue » d'importance régionale, force d'attractivité pour la région Occitanie :

- **Un positionnement géographique idéal pour la plaisance et les activités nautiques**  
Deux des plus mythiques Caps de la Méditerranée que sont le Béar et Creus « protègent » la cité portuaire de Banyuls-sur-Mer. En quelques milles nautiques, vous pourrez, après avoir franchi le cap Béar, découvrir les sœurs de Banyuls de la Côte Vermeille que sont Collioure et Port-Vendres. De l'autre côté, c'est le cap Creus et la possibilité de découvrir les villes voisines catalanes.
- **Un espace favorable à la plaisance**  
Le climat, les vents et la côte facilitent les sorties en mer et la navigation. Les

différents lieux de mouillage dans des criques ou des anses sont des éléments clés pour l'attractivité des plaisanciers.

- **Le port de plaisance, au cœur de la ville**  
Le port de plaisance de Banyuls est plus qu'un port : c'est un Comptoir Culturel Maritime où se retrouvent tous les amoureux de la mer, plaisanciers, plongeurs, pêcheurs ou artistes. Situé dans la partie Est de la baie de Banyuls, à quelques pas du centre-ville, c'est un lieu de vie. Venir s'y amarrer, c'est faire un premier pas vers le plaisir de la découverte du monde méditerranéen au cœur du Parc naturel marin du golfe du Lion.
- **Des activités nautiques et plaisance au cœur du Parc naturel marin du golfe du Lion**  
Si l'écotourisme n'est pas la première recherche des clientèles touristiques, une fois sur leur lieu de vacances, ces derniers recherchent des activités et des loisirs respectueux de l'environnement. Le développement du nombre de prestataires en France de loisirs nautiques proposant des activités douces sont là pour l'attester. Permettre aux différentes cibles clientèles de venir pratiquer les loisirs et les activités nautiques au cœur d'un Parc naturel marin est une opportunité de développement de première importance. Pour bénéficier de cet atout, la Ville de Banyuls-sur-Mer engagera ses prestataires dans des démarches qualité et dans des formations environnementales.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

#### *Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

##### 4.4.1. Les activités nautiques

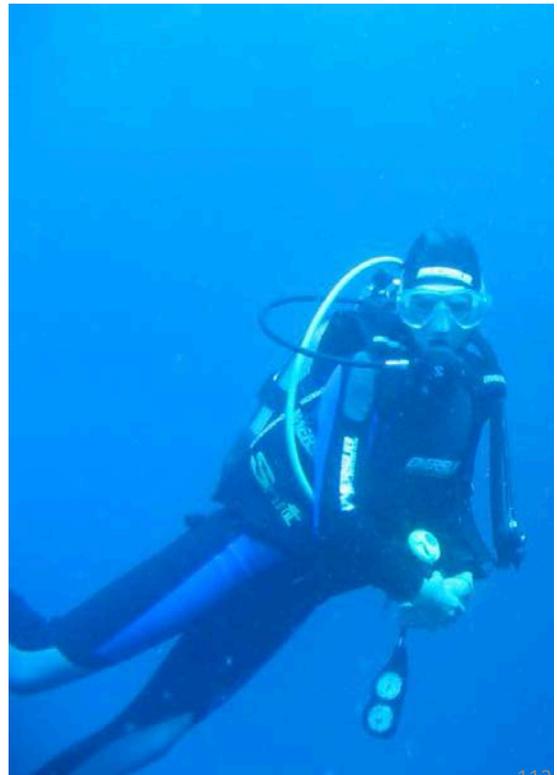
- **La Réserve naturelle marine de Cerbère-Banyuls et son sentier**

Il existe un site à Banyuls-sur-Mer abritant un patrimoine naturel exceptionnel : la Réserve naturelle marine de Cerbère-Banyuls. C'est la plus ancienne réserve exclusivement marine de France. Un espace naturel protégé, lieu de refuge pour la faune et la flore marines qui méritent d'être respectées. Véritable balade récréative et originale s'effectuant avec des palmes, un masque et un tuba, ce voyage dans le monde du silence vous mène à la découverte de la faune et de la flore marines.
- **Des prestataires nautiques reconnus pour leur qualité**

Tous présents sur les quais du port de plaisance, les prestataires nautiques de Banyuls : clubs de plongée, école de voile, loueurs de bateaux, de kayak ou compagnie de visite en mer... sont reconnus pour leur qualité et leur professionnalisme. Par ses prestataires de loisirs nautiques, Banyuls-sur-Mer propose une offre nautique en milieu protégé (Parc naturel marin du golfe du Lion) rare en France et en Europe.
- **Un haut spot européen de la plongée sous-marine**

Banyuls-sur-Mer n'est pas un simple lieu de plongée, c'est un spot connu et reconnu par les spécialistes européens comme l'un des hauts lieux de plongée en Méditerranée. L'initiation y est facile et parfaitement sécurisée.
- **Le premier itinéraire culturel européen en mer du modèle et du label Odyssea®**

L'itinéraire côté mer est composé de 4 sites de lecture paysagère. Cet itinéraire culturel offre aux pratiquants la possibilité de découvrir au travers des paysages toute la culture, l'histoire et l'identité de Banyuls-sur-Mer. A chaque site de lecture paysagère, il vous suffit de composer le numéro de téléphone dédié et d'écouter les commentaires. Le paysage vous est décrit et conté dans sa globalité. Chacune de ces lectures paysagères est entrecoupée des principaux faits culturels et historiques de Banyuls-sur-Mer. Au travers des 4 sites de lecture paysagère, plus de 10 thématiques sont à découvrir.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

#### *Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

##### 4.4.1. Les activités nautiques

La ville de Banyuls-sur-Mer a donc décidé de spécialiser son tourisme sur l'escale nautique/ le tourisme bleu qui se décline en 8 grands axes, dont l'un concerne les activités nautiques. Sur la commune de Banyuls-sur-Mer, 9 prestataires vivent des loisirs et des activités nautiques.

En termes d'entreprises les loisirs et activités nautiques se classent derrière le monde du vin. Par contre en termes de diversité dans les offres et les produits, la catégorie « loisirs et des activités nautiques » est classée à la première place et son potentiel de développement est encore bien réel.

La ville de Banyuls-sur-Mer souhaite soutenir les entreprises des prestataires de loisirs et d'activités nautiques, par la réalisation d'un plan marketing et d'un plan de communication sur trois ans.

Ces plans se feront en collaboration avec les entreprises d'offres et de loisirs nautiques et la Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibérés dans le cadre des stratégies touristique et nautique du département des Pyrénées-Orientales et de la région Occitanie.

#### **La nécessaire intervention de la ville de Banyuls-sur-Mer par son office de tourisme et sa capitainerie**

Dans le cadre du programme Croissance et Tourisme Bleu Odysee, le développement des activités nautiques doit se faire de façon concertée par la mise en place de partenariats publics/privés.

Le développement progressif, concerté ou individuel, des activités touristiques, qu'elles soient ou non nautiques, entraîne forcément pour un site littoral, des obligations complémentaires destinées à éviter une certaine anarchie dans le fonctionnement.

Ces obligations sont rendues nécessaires par l'apport supplémentaire de populations, même en l'absence de structures de loisirs sur place. Aménagement des accès, création de parkings, de sanitaires, de jetées, sécurisation des abords de plage, surveillance de la baignade, répartition des zones maritimes... comptent parmi ces investissements incontournables, à la fois dans le bâti et dans l'humain.

La ville de Banyuls-sur-Mer souhaite le développement du tourisme nautique dans un objectif d'emploi, d'économie, d'attractivité territoriale. Comme pour toute activité touristique, le développement du tourisme nautique passe nécessairement par l'organisation de son offre de façon coordonnée, structurée et intégrée.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

#### *Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

##### 4.4.1. Les activités nautiques

La Ville de Banyuls-sur-Mer souhaite devenir un stade d'excellence nautique écotouristique reconnu pour renforcer l'attractivité des destinations Pyrénées-Orientales et Occitanie.

Reconnu comme territoire nautique pour la destination Occitanie, en raison de son port de plaisance, de ses zones de mouillages organisés, de ses professionnels nautiques et de ses prestataires de loisirs nautiques, le territoire de Banyuls-sur-Mer doit structurer son territoire dans un triple objectif :

1. **Mieux communiquer par la mise en place d'un plan de communication** pluriannuel sur les offres et les services existants en matière d'activités et de loisirs nautiques, afin de renforcer son image de destination bleue.
2. **Mieux promouvoir les entreprises** qui proposent des activités de loisirs nautiques par un meilleur marketing, par la création de nouveaux produits, par une nouvelle mise en réseau et une meilleure intégration dans l'économie touristique globale (hébergeurs, sites touristiques...).
3. **Mieux commercialiser, mieux vendre les différentes** offres disponibles sur le territoire par une meilleure mise en valorisation et reconnaissance des offres et des services proposés par les entreprises de loisirs nautiques à l'international et sur le territoire.

Les principales activités de loisirs nautiques

recensées sur la destination de Banyuls-sur-Mer sont : la plaisance, la pêche récréative, la plongée sous-marine et l'ensemble des activités de glisse (canoë-kayak, jet-ski...).

Pour devenir une des destinations phares de la pratique des activités et des loisirs nautiques sur la région Occitanie, la Ville de Banyuls-sur-Mer doit structurer cette filière afin de mener des actions coordonnées.

Elle souhaite donc créer un véritable réseau des professionnels nautiques et prestataires d'offres de loisirs et d'activités nautiques du Tourisme Bleu by Odyssea en France / Europe, dans l'objectif d'être reconnue sur la destination Occitanie et sur les zones de marchés ciblés comme l'un des principaux stades nautiques écotouristiques du bassin méditerranéen, grâce aux modèles et labels Tourisme Bleu by Odyssea® et Odyssea Protect®.

Ce réseau des professionnels nautiques et prestataires d'offres de loisirs et d'activités nautiques du Tourisme Bleu by Odyssea regroupera l'ensemble des professionnels liés à la pratique des activités et loisirs nautiques.

<http://www.banyuls-sur-mer.com/fr/decouvrir/plages-activites-nautiques/activites>

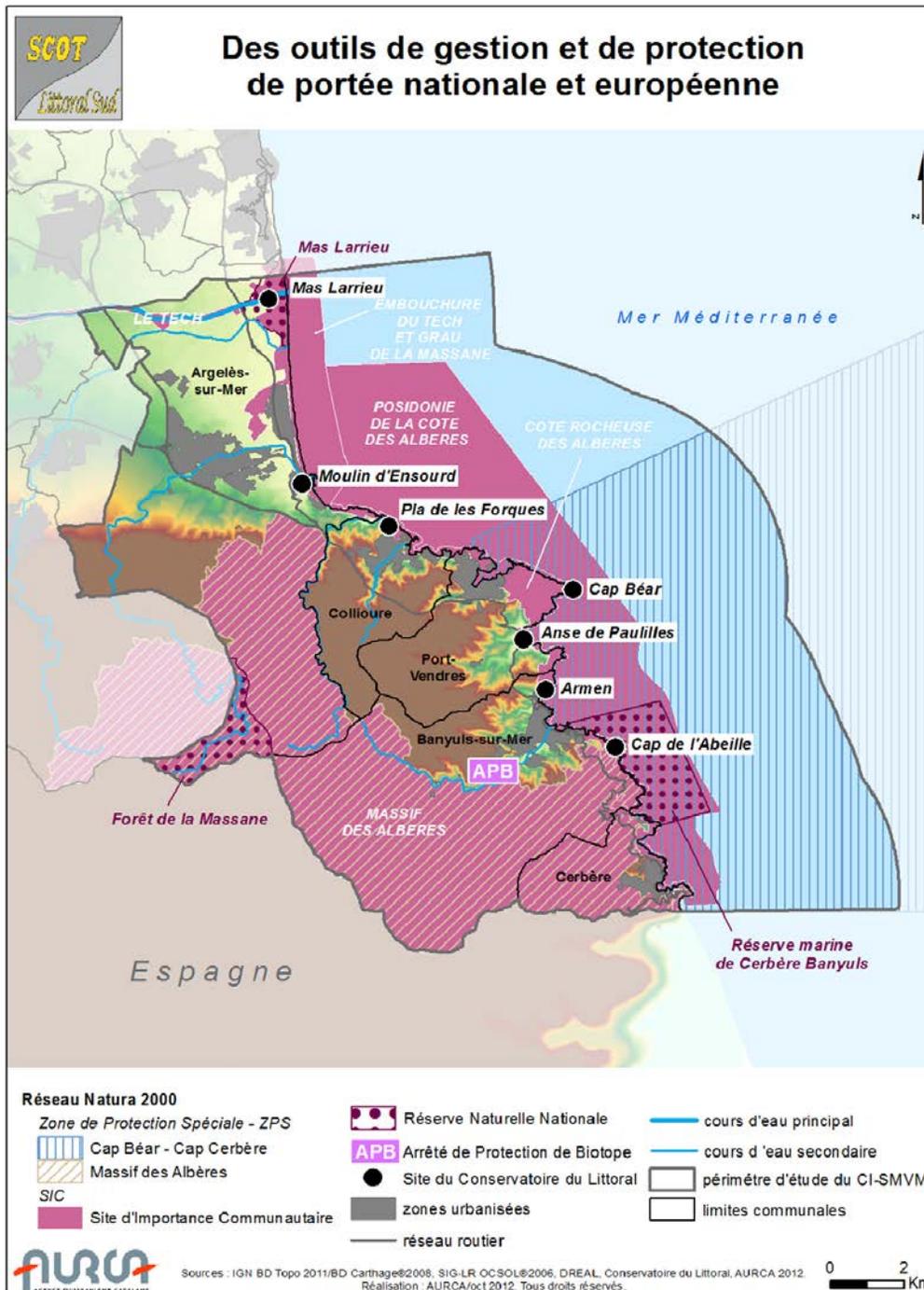


## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.1. Les activités nautiques



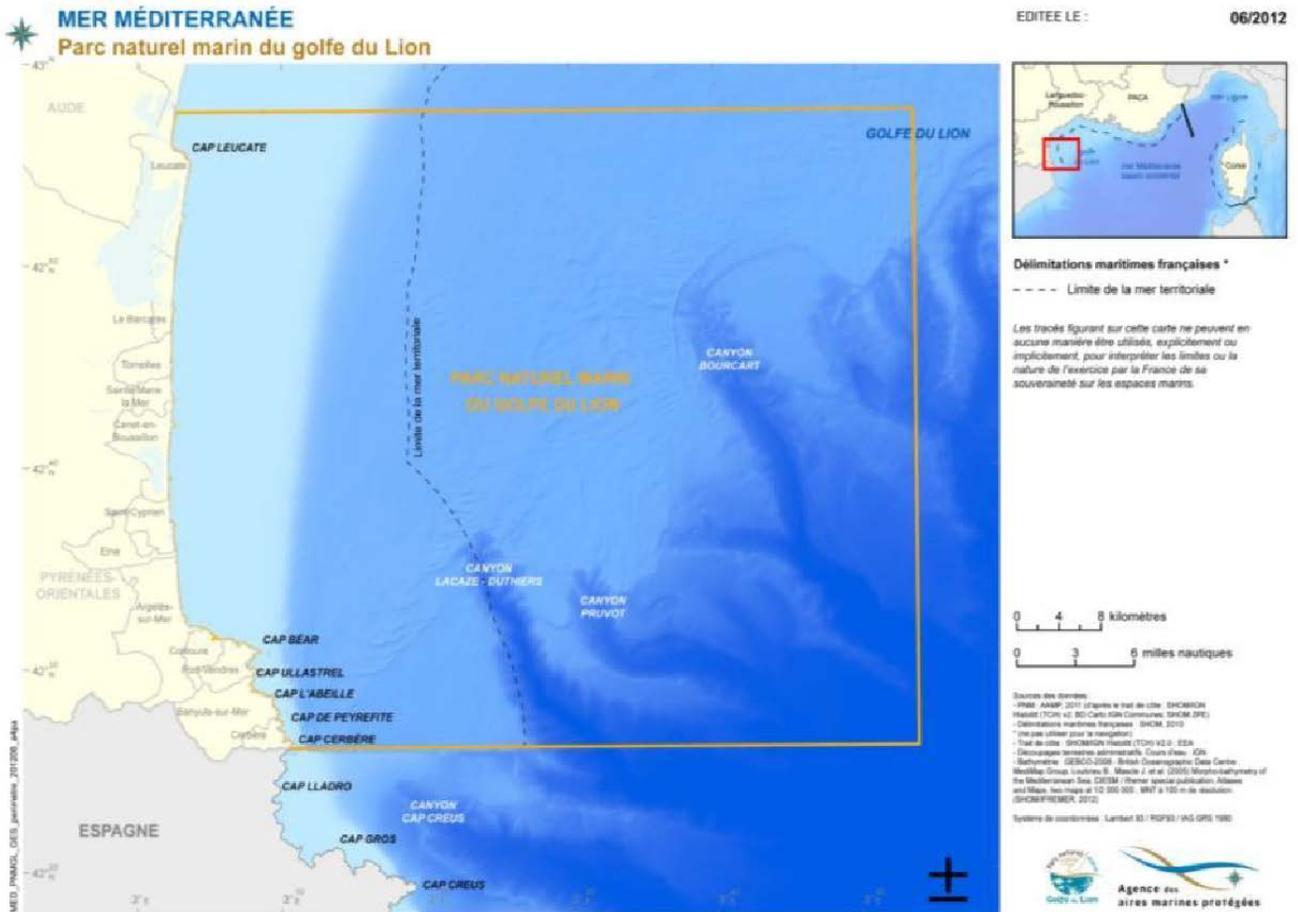


## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.1. Les activités nautiques



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.1. Les activités nautiques



Aquacorde



Aviron



Bateau à moteur



Bodyboard



Bouée tractée



Canoë-kayak



Catamaran



Cerf volant



Char à cerf volant



Char à voile



Classe de Mer



Club moussaillons



Day Boat



Dériveur



Jardin des mers



Jet ski



Just glisse



Kite Surf



Marche aquatique



Mountain board



Natation en mer



Pêche



Pédalo



Wave-ski



Pirogue



Planche à voile



Plongée bouteille



Randonnée palmée



Sauvetage côtier



Ski Nautique



Speed sail



Stand-Up Paddle



Surf



Trimaran



Voilier de croisière



Voilier traditionnel



Wakeboard

**PLUS DE 30 ACTIVITÉS NAUTIQUES INTÉGRÉES DANS  
L'ESCALE NAUTIQUE, LE TOURISME BLEU BY ODYSSEA**



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.1. Les activités nautiques

Prestataires	Activités proposées
Kayak mer Aleoutes	Base de kayak de mer proposant des circuits le long de la Côte Vermeille. De 1h30 à plusieurs jours de "rando - bivouac". Pour débutants ou confirmés.
Yacht Club Banyuls	Le Yacht Club de Banyuls-sur-Mer propose différentes activités sportives.
Rédéris Sub	initiation, école, formation, jeunes, groupes. Randonnée palmée (snorkeling). Centre de plongée international, CMAS, PADI, ANMP.
Aquablue plongée	Centre de plongée sous-marine situé à Banyuls-sur-Mer. Différentes prestations sont proposées : Baptêmes de plongée, stage de formation. Brevets français et internationaux FFESSM, ANMP, PADI, SSI.
Plongée Bleue Sud	Débutants ou déjà plongeurs, en individuel ou en groupe, différentes prestations vous sont proposées afin de tenir compte de vos besoins et de vos désirs.
Loueur de Bateaux La Case Marine	Permis bateaux - Location de bateaux avec ou sans permis - Vente d'accastillage - Articles de plongée et de chasse sous-marine
Loueur de bateaux Liberty Loc 66	Location de bateaux avec ou sans permis. Permis bateau (possibilité de passage des examens à Banyuls ou Toulouse). Permanence ouverte à l'année. Stockage et gardiennage.
Lieux	Activités proposées
Sentier sous-marin	Installé au départ de la plage de Peyrefite, au sein d'une baie abritée, le sentier sous-marin se visite en nageant en surface, muni d'un masque, d'un tuba et de palmes. Location de matériel les après-midis uniquement.
Réserve naturelle marine Cerbère-Banyuls	Elle s'étend sur 6,5 km et couvre 650 ha de mer entre Banyuls-sur-Mer et Cerbère, juste au nord de la frontière espagnole. La Réserve Naturelle Marine de Cerbère-Banyuls est l'unique réserve naturelle exclusivement marine de France.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

#### *Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

##### 4.4.1. Les activités nautiques

#### Les objectifs de la ville de Banyuls-sur-Mer sont les suivants :

- De créer dès 2017 et d'animer le réseau des professionnels nautiques et prestataires d'offres de loisirs et d'activités nautiques par la mise en place d'un plan marketing et de commercialisation commun de leurs offres nautiques, touristiques et écotouristiques.
- De créer et commercialiser avec les prestataires des produits, des offres et des services touristiques / écotouristiques d'excellence dans l'objectif de capter une clientèle à plus fort pouvoir d'achat.
- De commercialiser en 2017, 2 produits touristiques existants par structure sur la plateforme de commercialisation commune de l'office de tourisme et en 2018 de commercialiser 3 produits touristiques définis de façon collective selon un cahier des charges pour une montée en gamme de la destination.
- D'accompagner les entreprises dans la création de produits écotouristiques.
- De créer des produits multi-destinations avec les autres villes des Pyrénées-Orientales et celles de la Catalogne sud.
- De labelliser par la marque Banyuls-sur-Mer en 2018, 4 prestataires, et en 2019 l'ensemble des prestataires de Banyuls.
- D'allonger la saison touristique en créant des produits touristiques combinés (plongée et dégustation des les caveaux, kayak de mer et balade culturelle). Objectif 2 produits en 2017, 5 en 2018.
- D'accompagner les structures vers des labels qualités nationaux comme le label écosub délivré par la Fédération Française d'Etudes et de Sports Sous-Marins.
- D'améliorer le taux de satisfaction de la clientèle pour renforcer l'attractivité de la destination Banyuls par des formations conjointe avec l'office de tourisme.
- De développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, séniors...).
- De Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- De développer une politique commerciale vers les cibles « groupes » et vers les intermédiaires (TO, agences...) en lien avec l'ADT 66 et le CRT Occitanie.
- D'être plus compétitif et attractif par de nouveaux services et nouvelles offres d'excellence.
- De développer des produits touristiques / écotouristiques ayant un rapport qualité / prix d'excellence.
- De structurer mieux l'offre touristique nautique.
- D'affirmer le positionnement de Banyuls comme destination nautique.
- D'améliorer les compétences professionnelles.
- De faire bénéficier les clientèles touristiques d'un accueil de qualité et des services de professionnels compétents et qualifiés.
- D'augmenter les chiffres d'affaires des entreprises nautiques par une meilleure communication.
- De pérenniser les entreprises par une augmentation de leur chiffre d'affaire.
- De créer des emplois non délocalisables.
- De faciliter l'implantation de nouvelles entreprises d'offres et de services d'activités nautiques.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.1. Les activités nautiques





## Analyse de la catégorie « loisirs et activités nautiques\* » en France

Les activités nautiques connaissent depuis trois décennies, un développement important sur les sites littoraux. De nouvelles pratiques sont apparues attirant de nouvelles clientèles. Une étude dirigée par l'AFIT a montré l'existence d'un potentiel pour les produits nautiques (toutes activités confondues) représentant environ huit millions de pratiquants-clients de nationalité française.

Une des dernières enquêtes réalisées sur les loisirs nautiques indiquait que 60 % des vacanciers déclaraient vouloir pratiquer une activité nautique. Malgré les efforts des collectivités locales et des acteurs du tourisme, l'offre touristique nautique s'avère encore largement sous-exploitée dans de nombreuses destinations touristiques alors que structurée, marquée et mise en produits touristiques, le potentiel du tourisme nautique en économie directe et indirecte, en création d'emplois ou en attractivité, est une évidence.

### Des attentes différentes selon la nature des consommateurs

En règle générale, les Français s'organisent seuls pour aller sur le littoral. Ils utilisent peu les structures intermédiaires. En revanche, une fois sur place, ils sont demandeurs d'activités. Des études montrent que les touristes sont de plus en plus demandeurs d'activités nautiques et que bien structurées, elles seraient pour la destination une véritable force d'attractivité.

### Éléments de compréhension des comportements du consommateur en matière de nautisme

Pour les activités et les loisirs nautiques, comme les produits de consommation en général, le consommateur a adopté de nouveaux comportements. La versatilité des clients entraîne un besoin rapide d'adaptation des produits proposés.

Les trois volontés du consommateur :

1. une recherche du prix bas,
2. une promesse d'évasion, de découvertes,
3. une pluriactivité du produit proposé.

L'expérience prouve qu'il faut éviter de vouloir transformer les touristes en vrais marins, le risque étant de les dégoûter par la complexité technique, par un langage difficile, par l'obsession de sécurité aussi. D'où l'idée d'associer à la pratique nautique, un caractère résolument ludique. Les plaisanciers eux-mêmes ne viennent pas à une activité symbole de liberté - la mer - pour entrer dans une structure qui les cadre.

*\* La plaisance n'est pas prise en compte*



## Quelles sont les différentes clientèles?

### Les « amateurs éclairés » = prime à la qualité

Clientèle pratiquant depuis plusieurs années, régulièrement, déjà aguerrie aux formes diversifiées du nautisme et connaissant déjà un à plusieurs sites nautiques. Une étude menée par l'UCPA fait apparaître que moins de 10 % de ses clients choisissent en priorité l'activité plutôt que le site. Ce sont, pour la plupart, des personnes dont le niveau sportif est très élevé. Le site touristique reste donc pour eux le premier critère de choix. Le nautisme n'est pas une valeur déterminante mais reste un critère important qui ne peut en aucun cas être déconnecté du choix. À qualité de site égal, l'activité nautique est un « plus » qui peut emporter une décision, à condition que cette activité soit d'un niveau de qualité élevée. Lorsque l'offre nautique est dispersée, la démarche des amateurs pratiquants pour accéder aux activités nautiques est forcément plus élaborée et volontaire.

### Les profanes et néophytes = prime à la simplicité

Clientèle ayant peu ou jamais pratiqué d'activités nautiques, elle conserve en priorité son comportement versatile. Pour elle, le choix du séjour est uniquement basé sur le choix du site touristique, voire de l'hébergement. En revanche, la « promesse d'activités » peut devenir un facteur déterminant de sa décision. Les expériences relevées démontrent que les néophytes, une fois sur place, font un pas décisif vers les activités nautiques si les conditions suivantes sont réunies :

1. Un accès simplifié à l'activité, avec des notions de proximité, de facilité à trouver le lieu de pratique, et surtout d'immédiateté ;
2. Une lisibilité rapide du produit à la fois dans son prix, son contenu et son organisation ;
3. La perception d'une sécurité « visible » qui les mettra en confiance au premier contact, les rassurera ;
4. La perception d'un environnement préservé, d'une qualité et d'une propreté du site, plus forte encore chez les clients étrangers ; d'où l'importance des labels de qualité (Pavillon Bleu...);
5. L'existence d'une offre multi-activités associant à la fois des produits touristiques à faire en mer et à terre, et de qualité.

### Le tourisme et le nautisme : deux univers culturels sans histoire commune

Historiquement, leur existence n'a jamais dépendu de leur capacité à rentabiliser commercialement leurs activités. Ces structures, bénéficiant de subventions, employaient en général 100 % de bénévoles, dont l'esprit était plus à la défense d'une éthique qu'à celle d'un budget. Aujourd'hui, les activités de loisirs nautiques doivent servir l'économie du territoire par une nouvelle mise en réseau des acteurs locaux. La démarche devient commerciale par la force des choses. Pour leur encadrement, les bénévoles d'il y a deux décennies sont devenus des professionnels que l'on rémunère. Et parce que les sommes engagées doivent être justifiées, seule une démarche de commercialisation peut être à même de générer de nouvelles clientèles.

### La communication et la commercialisation

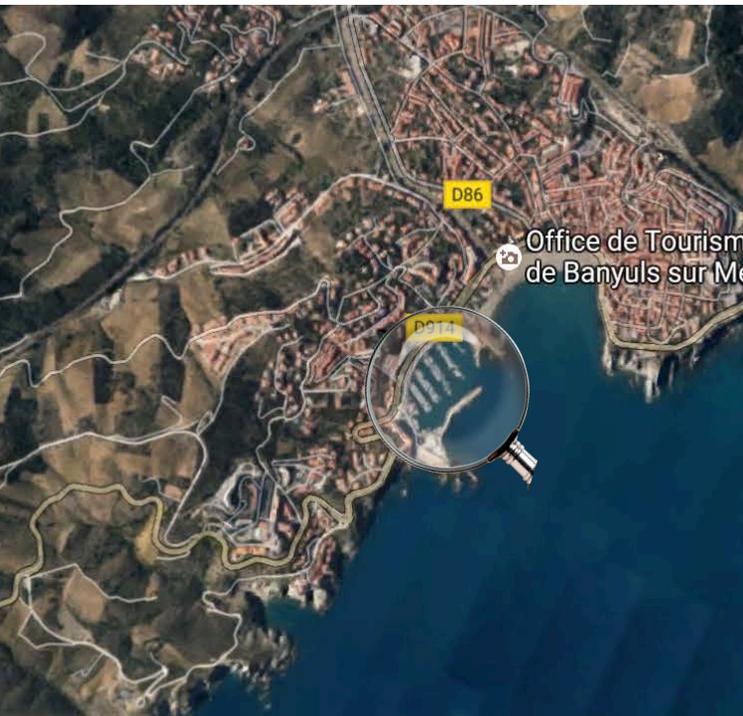
Une étude menée par l'AFIT auprès de nombreux professionnels a montré le peu d'initiatives individuelles, ne serait-ce que sur le suivi des clientèles, base de toute action de commercialisation. Les raisons invoquées : pas de temps nécessaire, pas d'équipement informatique, donc pas de mailing, pas de relance...

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.2. Le port de plaisance comme porte d'entrée de la destination Banyuls



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.2. Le port de plaisance comme porte d'entrée de la destination Banyuls

Le port de plaisance de Banyuls-sur-Mer est situé dans la baie de Banyuls, à quelques pas du centre-ville, c'est un véritable lieu de vie.

Le port de Banyuls est reconnu pour la qualité de son accueil et les informations données au public. Le port de Banyuls est le premier port en France à détenir la reconnaissance « Port des Terroirs », en raison de son implication dans la valorisation de son arrière-pays. C'est un réel lieu de vie où se côtoient acteurs touristiques, pêcheurs et artistes.

La Mairie de Banyuls-sur-Mer souhaite requalifier son port dans le cadre de son projet global du territoire en le modernisant et en augmentant sa capacité d'accueil dans le respect des normes environnementales.

Le port est un élément majeur de ce projet territorial, voulu par la Municipalité et qui s'intègre pleinement dans le Plan littoral 21 voulu par la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.

Ce projet s'inscrit parfaitement dans le concept « Green and Blue » qui a pour finalité de construire les conditions idéales pour un équilibre harmonieux entre les espaces bleus (eau et mer) et les espaces verts (aménagement global du foncier contigu à la mer).

Le projet d'investissement du port est détaillé dans la partie 5 de ce document : **5. Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer.**



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.2. Le port de plaisance comme porte d'entrée de la destination Banyuls

### LE PLAN LITTORAL 21

LE PORT, LA CONNECTIVITÉ, L'AMÉNAGEMENT ET L'ÉCOMOBILITÉ, L'ENVIRONNEMENT AU CŒUR DE LA RELATION MER, VILLE & TERRITOIRE, ÉCONOMIE TOURISTIQUE, PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

*Autour du port, des projets intégrés de croissance bleue où le territoire portuaire concrétise la géographie et le territoire de projets de plusieurs enjeux stratégiques*

Le port et la culture au cœur de sa relation mer – port et territoire, la coopération et création de l'itinéraire culturel des voies bleues navigables, le long des routes historiques et contemporaines.

Le port et la qualité : service, accueil, offres... la formation des acteurs concernés.

Le port, l'économie au cœur de la relation mer, voies navigables, ville & territoire en lien avec les acteurs professionnels et l'organisation d'un nouveau cluster des entreprises du tourisme bleu.

Le port comme produit touristique et d'innovation au service de l'attractivité des destinations et dans la défense de la biodiversité.

Les ports à énergie positive pour la croissance verte et bleue, des ports de plaisance engagés dans la transition énergétique et écologique.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.4. L'escale nautique/ le tourisme bleu

*Devenir un stade d'excellence nautique écotouristique pour renforcer l'offre de la destination Occitanie / Pyrénées-Méditerranée*

#### 4.4.2. Le port de plaisance comme porte d'entrée de la destination Banyuls

## UN NOUVEAU LABEL POUR RÉCOMPENSER L'INNOVATION ET L'EXCELLENCE DES VILLES - PORTS



### LES PLUS BELLES ESCALES NAUTIQUES



La Ville de Banyuls-sur-Mer ambitionne d'être labélisée Destination Bleue by Odyssée. Elle souhaite favoriser ainsi l'implantation des professionnels du nautisme et valoriser leur activité et le label filière qualité tourisme sur et à proximité de son port de plaisance.

<http://www.banyuls-sur-mer.com/fr/naviguer/port-des-terroirs>

Scannez  
et découvrez !



Pour scanner, téléchargez l'app Unitag  
gratuite sur [unitag.io/app](http://unitag.io/app)

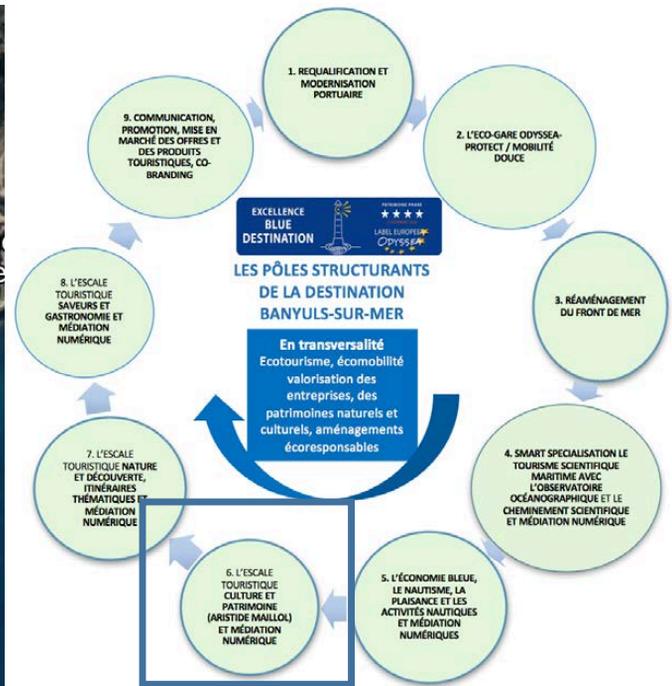


## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine Banyulenc

*La culture et la patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine Banyulenc

*La culture et la patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

#### Les 8 grands pôles de l'escale culture et patrimoine

En transversalité (écotourisme, écomobilité, médiation culturelle, aménagements écoresponsables)



Escale  
Culture

1

#### ACTIVITES ET LOISIRS CULTURELS

(visites guidées, stages, ateliers, musées...)

2

#### ARISTIDE MAILLOL

(dans les pas d'Aristide Maillol, les statues, le musée...)

3

#### ARTISANS D'ART ET SAVOIR-FAIRE

(artisanat d'art, artisans, artistes...)

4

#### ÉVÈNEMENTS

(fêtes traditionnelles, concerts, festivals...)

5

#### PATRIMOINE MATERIEL

(églises, chapelles, places...)

6

#### PATRIMOINE IMMATERIEL

(langue, danse, personnages célèbres, contes, légendes...)

7

#### BALADES ET ITINÉRAIRES CULTURELS

(balades culturelles thématiques patrimoniales, itinéraires culturels thématiques patrimoniales...)

8

#### PRODUITS TOURISTIQUES – CRÉATION ET ANIMATION DU RÉSEAU DES PROFESSIONNELS ET DES SITES

(prestataires marqués, produits pour les enfants, produits packagés, produits par saisons, produits multi-destinations...)

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

#### S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine banyulencs

#### *La culture et le patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

##### Un patrimoine riche et préservé

Bercé par les plus pures traditions catalanes, au carrefour de la France et de l'Espagne, la ville a su préserver son riche patrimoine historique, culturel, naturel et artistique.

Templiers, pêcheurs, contrebandiers, réfugiés espagnols, autant de traces de l'Histoire que Banyuls a su conserver, offrant ainsi aujourd'hui un témoignage fort d'un passé tumultueux, notamment par ses monuments architecturaux (chapelles, tours de garde...).

La beauté et la diversité des paysages de Banyuls, mais aussi sa luminosité incomparable ont toujours été une mine d'inspiration pour les artistes de la région et d'ailleurs.

Aristide Maillol, natif de Banyuls-sur-Mer, est l'un des plus célèbres artistes peintres et sculpteurs des 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècles. Malgré son départ pour Paris, à 20 ans, pour ses études aux beaux-arts, Aristide Maillol a toujours eu une attache affective pour sa ville natale. Il y reviendra d'ailleurs pendant la seconde guerre mondiale, au moment de sa pleine notoriété. Il s'installera dans sa métairie, qui lui servira d'atelier pour méditer et travailler.

Aujourd'hui encore, Banyuls continue d'inspirer ses contemporains qui ont installé leurs ateliers le long du port, et vous ouvriront volontiers les portes de leur passion.

La Ville de Banyuls souhaite s'appuyer sur le symbole de son illustre personnage pour développer l'attractivité de sa destination dans la mise en marché d'offres touristiques culturelles. Pour ce qui est de l'offre culturelle autour d'Aristide Maillol, la Ville de Banyuls-sur-Mer possède comme offre touristique :

- **Dans les pas d'Aristide.** Ce parcours, inauguré en juin 2015, met en valeur (et à la portée de tous) les œuvres de l'artiste et permettra aussi la découverte de l'urbanité typique et enchevêtrée du vieux Banyuls, comme ses rues piétonnes en opus et fortement fleuries, son architecture catalane et ses modénatures originales, à l'image par exemple, des gouttières en céramique aux couleurs pastelées... L'organisation et la construction du circuit se fait avec le souci et la volonté d'éveiller l'appétit des participants pour la dimension culturelle, en cherchant, autant que faire se peut, à la rendre accessible au plus grand nombre. Ainsi, des accompagnateurs seront formés à cet objectif, en utilisant une pédagogie d'approche adaptée à la compréhension des œuvres artistiques et de l'histoire catalane.
- **Le monument aux morts de Banyuls.** C'est l'une des sculptures les plus originales d'Aristide Maillol, parce qu'elle se situe à part dans sa production. En effet, il n'a consacré que 2 statues au corps humain « le Cycliste » et « le jeune homme debout » ; mais encore parce qu'il rompt avec une quantité de monuments érigés après la Grande Guerre. Afin de lui donner son intense signification, il lui a choisi un emplacement unique et admirable, l'île Grosse, point culminant de la baie et des masses de rocs rugueux, formant une jetée.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

#### S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine banyulencs

#### *La culture et le patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

- « **La jeune fille allongée** ». Cette sculpture en plomb réalisée en 1921, fait partie d'un groupe de plusieurs études qui marquent les étapes vers l'œuvre définitive qu'est le Monument à Paul Cézanne 1912-1925. Maillol remplace le portrait du grand peintre par une figure allégorique : une nymphe dont la position allongée s'était imposée tout de suite à lui. Et c'est par les qualités de force, de clarté et d'équilibre de celle-ci qu'Aristide Maillol réussit à transmettre son idée de Paul Cézanne, qu'il considérait comme le « génie de la peinture moderne ».
  - **Le musée Maillol.** Située dans la vallée de la Roume, cette métairie, qui servait à l'artiste de pied à terre et d'atelier d'hiver, est devenue son musée en 1994. Vous pourrez y découvrir son cadre de vie mais aussi et surtout les nombreuses œuvres exposées. Le musée d'Aristide Maillol est une étape incontournable de Banyuls-sur-Mer. Maillol est sans doute l'un des plus grands sculpteurs et peintres du 20ème siècle.
- Banyuls valorisera aussi sur la thématique culture et patrimoine :
- La chapelle Notre-Dame de la Salette
  - L'église romane de la Rectorie
  - Le Mas des Abeilles
  - Son itinéraire culturel mer et terre
  - Son histoire de contrebandiers
  - La langue catalane
  - Ses pêcheurs
  - Ses vigneron et leur travail dans les vignes
  - Le sentier Walter Benjamin
  - ...

<http://www.banyuls-sur-mer.com/fr/decouvrir/patrimoine-culture>



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

#### S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine banyulencs

#### *La culture et le patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

##### **Banyuls-sur-Mer inaugure le premier itinéraire culturel côté mer**

Du Cap Béar à l'anse de Peyrefite, du port de plaisance au Coll de Banyuls, l'itinéraire culturel côté mer - côté terre de Banyuls-sur-Mer vous offre au fil de ses paysages les plus belles histoires de la première cité portuaire d'Europe. Tout au long de cet itinéraire culturel, les sites de lecture paysagère qui ont été choisis, l'ont été pour leur beauté et pour ce qu'ils avaient à « raconter » et vous « faire vivre ». Vous découvrirez des paysages culturels remarquables, qui vous conteront les grandes et petites histoires du pays.

##### **Une nouvelle façon de voyager pour découvrir une cité portuaire d'exception : Banyuls-sur-Mer**

L'itinéraire côté mer - côté terre est composé de 17 sites de lecture paysagère dont 4 sont en mer. Que vous soyez en mer ou à terre, vous sont offerts, au travers des paysages banyulencs, toute la culture, l'histoire et l'identité de Banyuls-sur-Mer.

Le principe est toujours le même. A chaque site de lecture paysagère, il vous suffit de composer le numéro de téléphone inscrit sur la tablette et d'écouter les commentaires qui vous sont faits. Le paysage vous est décrit et conté dans sa globalité. Chacune de ces lectures paysagères est entrecoupée des principaux faits culturels et historiques de Banyuls-sur-Mer. Au travers des 17 sites de lecture paysagère, plus de 40 thématiques sont à découvrir.

Ainsi, vous saurez tout sur le terroir de Banyuls et les vins qui y sont produits, les AOC Banyuls et Collioure. Vous seront racontés les 6 000 kilomètres de murettes, faisant du terroir de Banyuls la muraille de Chine européenne, les vendanges au siècle passé, les 200 ans de contrebande et les conflits qui en ont découlé, la culture maritime de Banyuls avec ses pêcheurs-vignerons, ses remailleuses de filets de pêche et ses barques catalanes.

Vous découvrirez la gastronomie et l'art de vivre catalans, la mer et ses fonds marins, les légendes, les us et coutumes, les savoirs et savoir-faire, la vie des Banyulencs au siècle passé et de nos jours...

Tout ce que vous entendrez a été écrit à partir des récits que nous ont faits les hommes et les femmes de Banyuls. Qui mieux qu'eux auraient pu vous parler de leur cité plus que centenaire.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

**S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine banyulencs**

***La culture et le patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique***

<b>Prestataires</b>	<b>Activités proposées</b>
Galerie DANIS	Exposition
Atelier d'art CHASLES et LEGER	Créateurs
Atelier d'art BERTA	Créatrice
Atelier d'art HILD	Atelier peinture - sculpture - mosaïque.
Atelier d'art HULIN	Créateur
Atelier d'art OCEANIKA	Luminaires et décorations en bois flotté
Atelier de Girouettes Catal'anne	Atelier
Camins d'Historia	Guide historique, auteur, conférencier
<b>Lieux</b>	<b>Activités proposées</b>
Chapelle Notre-Dame de la Salette	Visite
Col de Banyuls	Visite
Eglise Romane de la Rectorie	Visite
Eglise Saint-Jean Baptiste	Visite
Ermitage du Mas des Abeilles	Visite
La tour de la Madeloc	Visite
Mas reig	Visite

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

#### S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine banyulencs

#### *La culture et le patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

##### Les objectifs de la ville de Banyuls-sur-Mer sont les suivants :

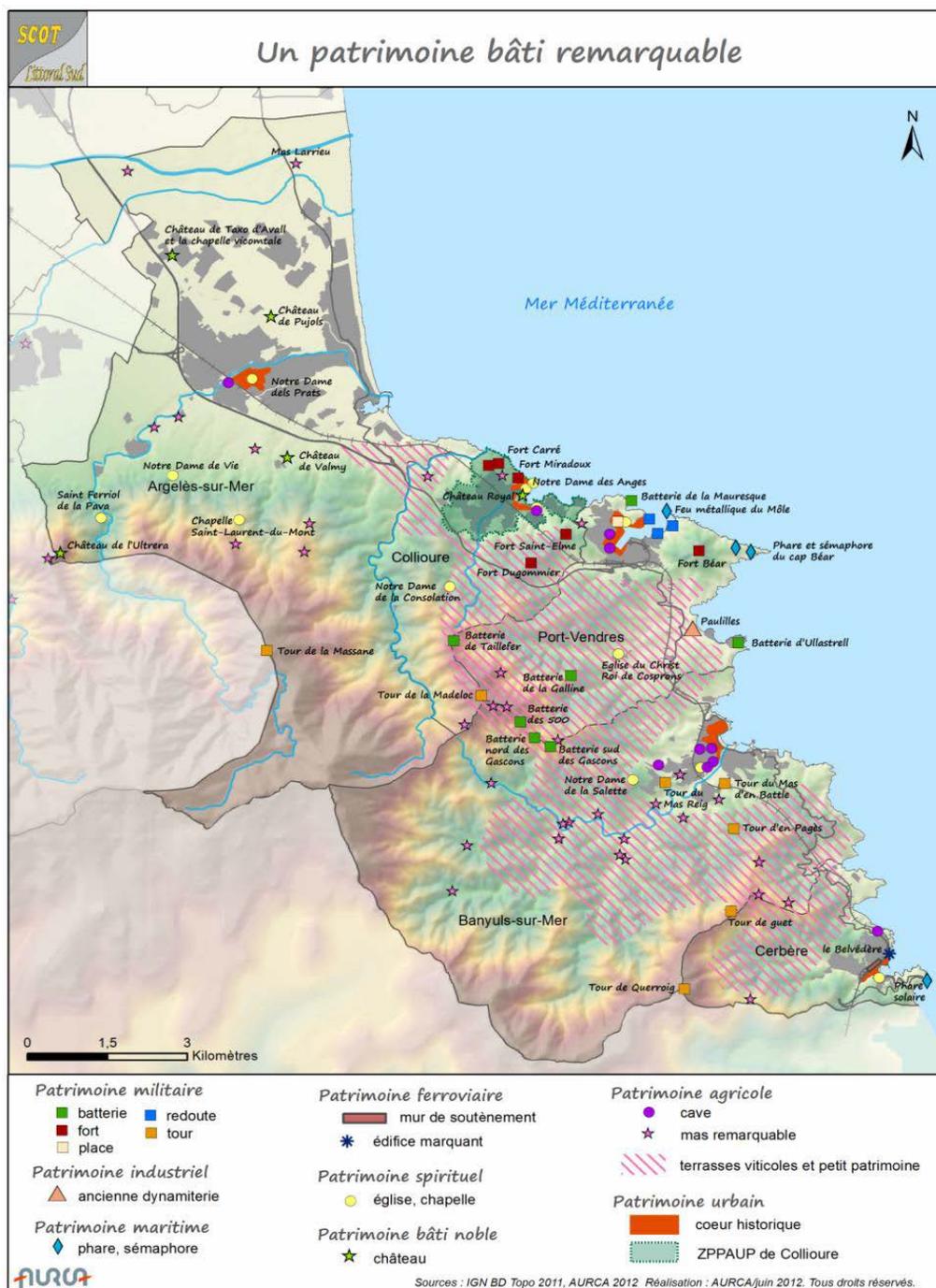
- De créer dès 2017 et d'animer le réseau des professionnels d'art et le(s) guide(s) conférencier(s) par la mise en place d'un plan marketing et de commercialisation commun de leurs offres, touristiques et de leurs produits.
- De créer et commercialiser avec les prestataires des produits, des offres et des services touristiques / écotouristiques d'excellence dans l'objectif de capter une clientèle à plus fort pouvoir d'achat.
- De créer des produits multi-destinations avec les autres villes des Pyrénées-Orientales et celles de la Catalogne sud sur des thématiques culturelles communes, des patrimoines communes, des savoirs et savoir-faire communs.
- D'allonger la saison touristique en créant des produits touristiques combinés (visites guidées et dégustation des caves, kayak de mer et balade culturelle).
- Améliorer le taux de satisfaction de la clientèle pour renforcer l'attractivité de la destination Banyuls par des formations conjointe avec l'office de tourisme.
- De développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, seniors...).
- Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- Développer une politique commerciale vers les cibles « groupes » et vers les intermédiaires (TO, agences...) en lien avec l'ADT 66 et le CRT Occitanie.
- Etre plus compétitif et attractif par de nouveaux services et nouvelles offres d'excellence.
- Développer des produits touristiques / écotouristiques ayant un rapport qualité / prix d'excellence.
- De structurer mieux l'offre touristique culturelle.
- De renforcer l'image de Banyuls-sur-Mer comme une ville catalane.
- D'affirmer le positionnement de Banyuls comme destination culturelle.
- D'améliorer les compétences professionnelles.
- De faire bénéficier les clientèles touristiques d'un accueil de qualité et des services de professionnels compétents et qualifiés.
- D'augmenter les chiffres d'affaires des entreprises liées à la culture et à l'art par une meilleure communication.
- De pérenniser les entreprises par une augmentation de leur chiffre d'affaire.
- De créer des emplois non délocalisables.
- De faciliter l'implantation de nouvelles entreprises (guides conférenciers) sur cette thématique.
- D'offrir à la clientèle touristique un véritable panel d'offres touristiques culturelles (visites guidées thématiques).
- De créer des produits touristiques innovants par le numérique et écoresponsables par la mobilité (vélo, segway...).

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine banyulencs

*La culture et le patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

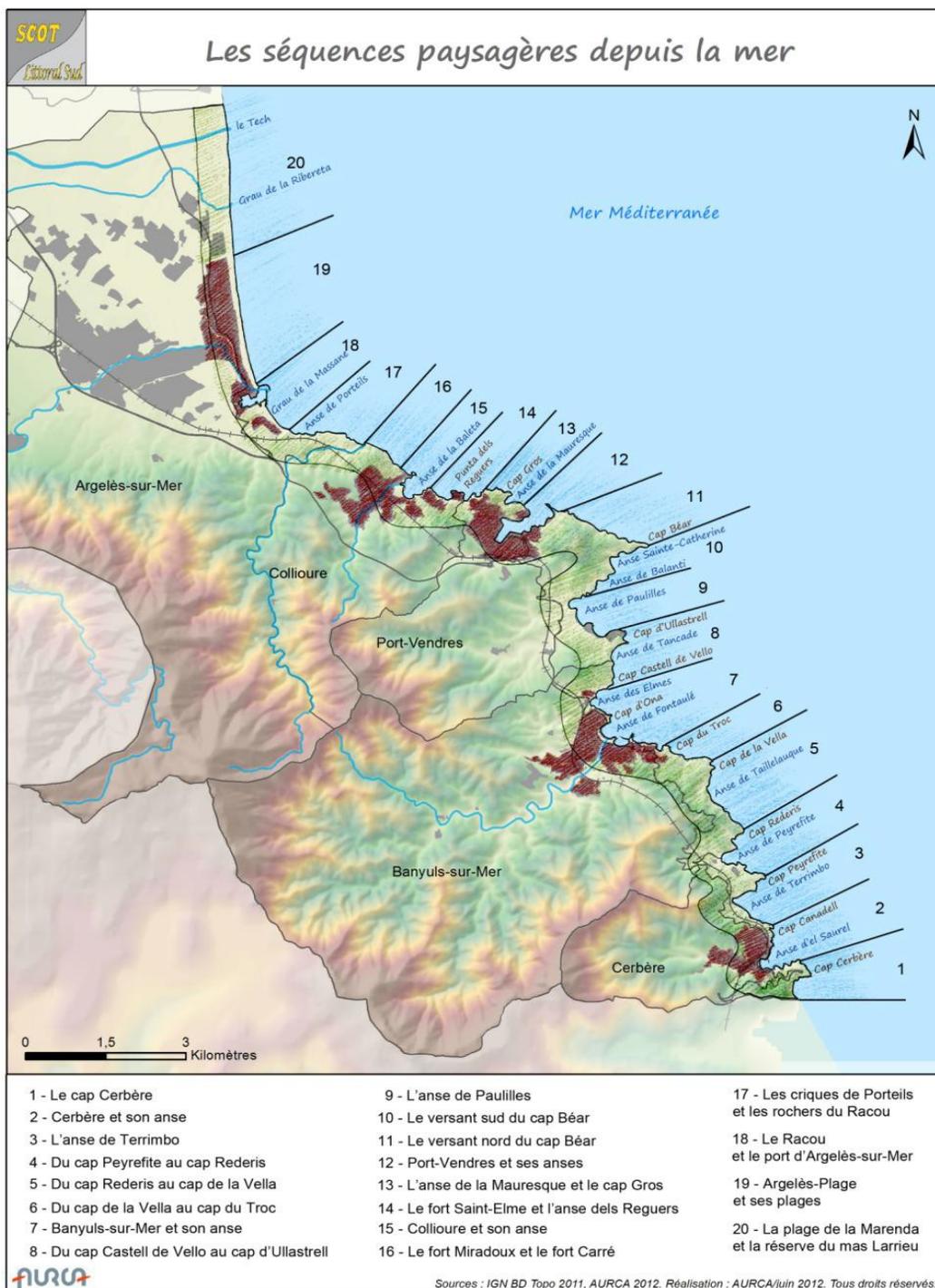


## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.5. L'escale culture et patrimoine

S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine banyulencs

*La culture et le patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

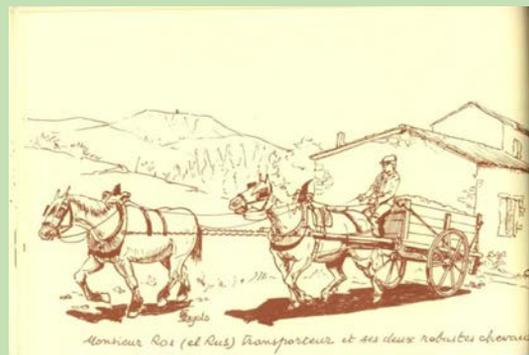
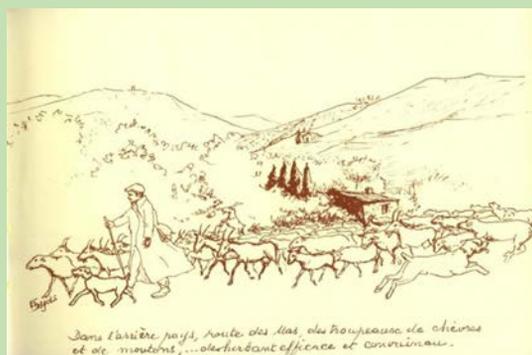
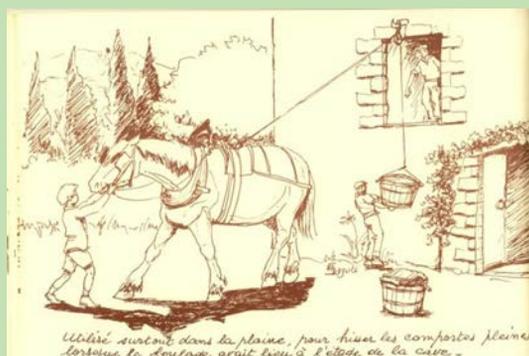
### 4.5. L'escale culture et patrimoine

S'appuyer sur Aristide Maillol pour valoriser la culture et le patrimoine banyulencs

*La culture et le patrimoine comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

#### L'HISTOIRE POUR CONSTRUIRE UNE ÉCONOMIE TOURISTIQUE PORTEUSE DE SENS

*Inscrire l'histoire, les richesses culturelles, patrimoniales et humaines de Banyuls-sur-Mer comme grande thématique d'excellence, dans l'objectif de participer à l'attractivité et la montée en gamme touristique de la destination Occitanie*



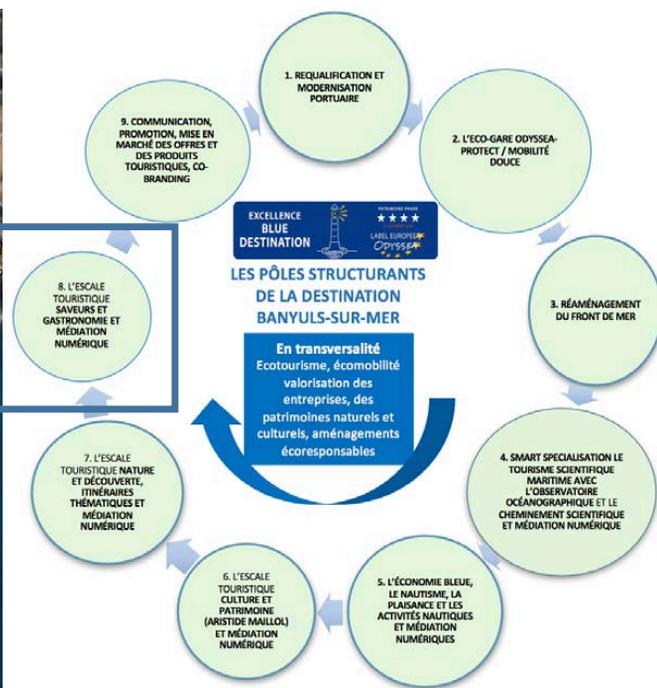


## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.6. L'escale saveurs et gastronomie

S'appuyer sur l'AOC Banyuls pour valoriser les productions locales

*La saveur et la gastronomie comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.6. L'escale saveurs et gastronomie

S'appuyer sur l'AOC Banyuls pour valoriser les productions locales

*La saveur et la gastronomie comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

LES VINS  
QUI PARLENT



## Les 8 grands pôles de l'escale saveur et gastronomie

En transversalité (écotourisme, écomobilité, médiation culturelle, aménagements écoresponsables)



Escale  
Saveurs

1

### PRODUCTEURS ET PRESTATAIRES

(vignerons, oléiculteurs, vinaigriers...)

2

### ATTRACTIVITE DES PAYSAGES PRODUCTEURS DE SAVEURS

(vignobles, oliveraies...)

3

### PATRIMOINE VERNACULAIRE

(caves coopératives, caves particulières, murettes...)

4

### PRODUITS DU TERROIR

(vin, huile d'olive, fruits et légumes, confitures, miel, restaurants produits locaux...)

5

### ÉVÉNEMENTS

(fêtes des vendanges, marchés...)

6

### SAVOIR-FAIRE

(le métier du vigneron, de l'oléiculture, du vinaigrier, de l'apiculteur...)

7

### BALADES ET ITINÉRAIRES CULTURELS

(balades culturelles thématiques saveurs, itinéraires culturels thématiques saveurs...)

8

### PRODUITS TOURISTIQUES – CRÉATION ET ANIMATION DU RÉSEAU DES PROFESSIONNELS ET DES SITES

(prestataires marqués, produits pour les enfants, produits packagés, produits par saisons, produits multi-destinations...)

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.6. L'escale saveurs et gastronomie

#### S'appuyer sur l'AOC Banyuls pour valoriser les productions locales

#### *La saveur et la gastronomie comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

Le terroir viticole de Banyuls-sur-Mer a gagné une réputation mondiale grâce à la singularité de sa plantation et la qualité exceptionnelle de ses produits.

Les vignes de Banyuls sont plantées sur les collines escarpées de la côte rocheuse. Leur type d'implantation dessine un paysage de terrasses architecturées, où l'horizontalité des murs de pierres est coupée régulièrement par des rigoles artificielles pour la collecte des eaux de ruissellement qui servent au drainage des cultures.

Ces ouvrages de pierres sèches (sculptés au fil du temps par l'homme) uniques en leur genre, qui habillent de façon remarquable le paysage naturel des escarpements du massif des Albères, sont la signature visuelle des vignes de Banyuls et **ont conduit la Municipalité actuelle à solliciter une inscription à la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.**

Ce procédé ancestral de culture est aujourd'hui quelque peu entaché par des viticulteurs productivistes dont la priorité n'est pas la préservation du patrimoine, mais ce comportement reste heureusement très marginal.

Ces plantations sont toujours dominantes sur les coteaux et offrent à la vue des visiteurs et estivants un paysage d'une beauté exceptionnelle et rarissime.

Certains de ses panoramas méritent d'être définis comme la cathédrale de la ruralité viticole.

Le vin de Banyuls est aussi reconnu pour sa qualité exceptionnelle. Les conditions climatiques (température, ensoleillement et vents asséchants et refroidissants) très favorables contribuent à sa réputation mondiale. Ainsi, et pour exemple, les « Banyuls grand cru » sont la seule appellation de vin doux naturel au monde, à bénéficier de cette mention.

La richesse du patrimoine viticole de Banyuls-sur-Mer, qui peut être associé à celle de Collioure et qui s'étend aussi sur les communes de Port-Vendres et de Cerbère, est à l'origine de l'initiative portée par la Municipalité, **de créer prochainement une école de la sommellerie au Mas Reig.**

Il est aussi important de souligner que l'activité viticole fait vivre 600 personnes sur la commune et est, avant le tourisme, la première activité économique.

Aujourd'hui, les circuits oenotouristiques sont organisés au moyen d'un « petit train » urbain, au départ du front de mer, qui propose à la clientèle touristique la découverte générale de la ville de Banyuls et la découverte de son patrimoine viticole (les caves des vigneronns, les crêtes de plantation des vignes, etc.).

En raison de la réputation mondiale de ce vignoble, un effort sera apporté pour rendre ces circuits promotionnels encore plus attractifs et plus populaires.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.6. L'escale saveurs et gastronomie

S'appuyer sur l'AOC Banyuls pour valoriser les productions locales

*La saveur et la gastronomie comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

**BALADES VIGNERONNES EN CÔTE VERMEILLE**  
TOUS LES MARDIS DE MAI À SEPTEMBRE

DÉCOUVERTE DU VIGNOBLE  
PAUSE GOURMANDE & DEGUSTATION

Tous les mardis de fin mai à mi-septembre, le Syndicat des Vignobles de la Côte Vermeille propose une découverte du vignoble et du métier de vigneron suivie d'une dégustation de vin. Ces balades encadrées par des vigneronnes et des vignerons « animateurs de pays » sont une occasion unique de rencontrer des femmes et des hommes passionnés et de découvrir des paysages uniques. Chaque balade est ponctuée d'une pause gourmande et se termine par une dégustation dans un caveau.

**RENSEIGNEMENTS & INSCRIPTIONS**

OFFICE DE TOURISME <b>BANYULS</b> 04 68 88 31 58	OFFICE DE TOURISME <b>CERBÈRE</b> 04 68 88 42 36	CAVE LE DOMINICAIN <b>COLLIOURE</b> 04 68 82 05 63	OFFICE DE TOURISME <b>PORT-VENDRES</b> 04 68 82 07 54
--	--	--	---

13€  
6€  
GRATUIT  
-6 ANS

RÉSERVATIONS ET PAIEMENT À L'INSCRIPTION.  
[www.vins-cotevermeille.fr](http://www.vins-cotevermeille.fr)  
balades vigneronnes en Côte Vermeille

**BALADES DE MAI** Départ 8h30 précises  
→ 31 MAI  
• COLLIOURE, Office de Tourisme, Place du 18 juin  
• PAULILLES, Parking du site  
• BANYULS-SUR-MER, Arrêt de bus de la plage des Elmes

**BALADES DE JUIN** Départ 8h30 précises  
→ TOUS LES MARDIS  
• COLLIOURE, Office de Tourisme, Place du 18 juin  
• PAULILLES, Parking du site  
→ 7, 21 JUIN  
• BANYULS-SUR-MER, parking du pont du Puig del Mas  
→ 14, 28 JUIN  
• BANYULS-SUR-MER, Arrêt de bus de la plage des Elmes

**BALADES DE JUILLET** Départ 8h30 précises  
→ TOUS LES MARDIS  
• COLLIOURE, Office de Tourisme, Place du 18 juin  
• PAULILLES, Parking du site  
→ 5, 19 JUILLET  
• BANYULS-SUR-MER, parking du pont du Puig del Mas  
→ 12, 26 JUILLET  
• BANYULS-SUR-MER, Arrêt de bus de la plage des Elmes  
→ 19 JUILLET  
• CERBÈRE, Office de Tourisme

**BALADES D'AÔÛT** Départ 8h30 précises  
→ TOUS LES MARDIS  
• COLLIOURE, Office de Tourisme, Place du 18 juin (sauf le 16.08)  
• PAULILLES, Parking du site  
→ 2, 16, 30 AÔÛT  
• BANYULS-SUR-MER, parking du pont du Puig del Mas  
→ 9, 23 AÔÛT  
• BANYULS-SUR-MER, Arrêt de bus de la plage des Elmes  
→ 9 AÔÛT  
• CERBÈRE, Office de Tourisme

**BALADES DE SEPTEMBRE** Départ 8h30 précises  
→ 6, 13, 20 SEPTEMBRE  
• COLLIOURE, Office de Tourisme, Place du 18 juin  
→ 6, 13, 20 SEPTEMBRE  
• BANYULS-SUR-MER, Arrêt de bus de la plage des Elmes

**LES ÉQUIPEMENTS INDISPENSABLES**  
chapeau/casquette, chaussures de marche (fermées), bouteille d'eau et crème solaire.  
Ces itinéraires ne conviennent pas à des enfants en poussette.

En dehors de ces dates, possibilité d'organiser des balades vigneronnes tous les jours de la semaine et toute l'année. Minimum 6 adultes.  
RENSEIGNEMENTS  
Patrick PARÉ - Tél. 06 75 38 81 19

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. CONSOMMER AVEC MODÉRATION

<http://www.banyuls-sur-mer.com/fr/decouvrir/oenotourisme/historique>



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.6. L'escale saveurs et gastronomie

#### S'appuyer sur l'AOC Banyuls pour valoriser les productions locales

#### *La saveur et la gastronomie comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

##### **Banyuls, « Cité remarquable du goût® »**

A Banyuls, chaque coin de rue, de terroir est un hymne à l'émerveillement des 5 sens. Venez découvrir la gastronomie banyulencq, dans l'un des nombreux restaurants. N'hésitez pas à vous rendre dans l'un des nombreux caveaux vignerons pour y déguster les vins de Banyuls et de Collioure. Prenez le temps de rencontrer les producteurs pour y découvrir leurs produits à base d'olive, de miel... ou plus surprenant de cactus. Promenez-vous dans le village et son arrière-pays pour y voir citronniers, orangers, figuiers, amandiers... et toutes les plantes aromatiques de la Méditerranée. Banyuls est reconnue comme une « Cité remarquable du goût® » et cette reconnaissance est amplement méritée.

##### **Une gastronomie catalane issue des grands savoir-faire des pêcheurs-vignerons**

La gastronomie banyulencque est à l'image de cette cité portuaire délicieuse, surprenante et envoûtante. Sa grande originalité réside de l'association dans un même plat de viande, de poisson et de fruits de mer. C'est certainement l'une des plus originales cuisines méditerranéennes. Goûtez : Olla- da, Boules de Picoulat, escalivade, el mar et muntanes,

anchois frais marinés au vinaigre de Banyuls, pignate d'anchois, civet de langouste et sa fameuse aioli, crème catalane et ses bunyetes. Tous ces plats une fois en bouche émerveilleront vos papilles.

##### **L'art de vivre en pays catalan**

Les banyulencqs ont la chaleur et l'hospitalité des Méditerranéens. A Banyuls, on vit dehors, sur les nombreuses places du village. On sort souvent arpenter les ruelles pour y rencontrer ses amis, les nouveaux arrivants et jouer à la pétanque. On mange dans les vignes en période de vendange. Ici, l'hospitalité et l'accueil ne sont pas des vains mots. On renseigne les hôtes voyageurs, on les informe des petits coins de paradis. Les Banyulencqs ont pour fierté de faire aimer leur village.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.6. L'escale saveurs et gastronomie

S'appuyer sur l'AOC Banyuls pour valoriser les productions locales

*La saveur et la gastronomie comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

Prestataires	Activités proposées
Banyuls l'Etoile	Dégustation de vin
Cave Saint-Jacques	Dégustation de vin
Cave Terre des Templiers	Dégustation de vin
Clos Castell	Dégustation de vin
Clos Saint Sébastien	Dégustation de vin
Domaine Berta Maillol	Dégustation de vin
Domaine Coume Del Mas	Dégustation de vin
Domaine de la Casa Blanca	Dégustation de vin
Domaine de la Rectorie	Dégustation de vin
Domaine de Pechpeyrou	Dégustation de vin
Domaine des Hospices	Dégustation de vin
Domaine du Mas Blanc	Dégustation de vin
Domaine du Traginer	Dégustation de vin
Domaine La Villa Rose	Dégustation de vin
Domaine Le Casot des Mailloles	Dégustation de vin
Domaine Madeloc	Dégustation de vin
Domaine Pic Joan	Dégustation de vin
Domaine Tambour	Dégustation de vin
Domaine Vial Magnères	Dégustation de vin
Les 9 caves	Dégustation de vin
Mon club vin	Dégustation de vin, d'huile d'olive, de vinaigre, de bières artisanales
Les Oliveraies de la Baillaury	Dégustation d'huile d'olive
Vinaigrerie La Guinelle	Dégustation de vinaigre
Vinaigrerie du Mas Blanc	Dégustation de vinaigre



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.6. L'escale saveurs et gastronomie

#### S'appuyer sur l'AOC Banyuls pour valoriser les productions locales

#### *La saveur et la gastronomie comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

##### Les objectifs de la ville de Banyuls-sur-Mer sont les suivants :

- De créer dès 2017 et d'animer le réseau des professionnels saveurs et gastronomie par la mise en place d'un plan marketing et de commercialisation commun de leurs offres touristiques.
- De créer et commercialiser avec les prestataires des produits, des offres et des services touristiques d'excellence dans l'objectif de capter une clientèle à plus fort pouvoir d'achat.
- De renforcer la commercialisation des balades vigneronnes.
- D'accompagner les entreprises dans la création de produits touristiques (découverte du vignoble, petit déjeuner dans les vignes...).
- De travailler avec les producteurs locaux sur la dégustation avec des outils numériques de présentation de leur activité (photos, vidéos..).
- D'allonger la saison touristique en créant des produits touristiques combinés (plongée et dégustation des caves, visites des domaines et des vinaigreries et balade culturelle). Objectif 2 produits en 2017, 5 en 2018.
- D'accompagner les structures vers des labels qualités départementaux, régionaux et nationaux comme les labels : Tourisme de Terroir dans les Pyrénées-Orientales (4 en 2016 à 6 en 2018 et à 9 en 2019), Sud de France (3 en 2016 à 5 en 2018 et à 7 en 2019), Slow food Roussillon (1 en 2016 à 3 en 2019), Bienvenue à la Ferme (passer de 2 en 2016 à 4 en 2019).
- D'améliorer le taux de satisfaction de la clientèle pour renforcer l'attractivité de la destination Banyuls par des formations conjointe avec l'office de tourisme.
- De développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, seniors...).
- De Développer des offres « accessibles pour tous » (tourisme et handicap).
- D'être plus compétitif et attractif par de nouveaux services et nouvelles offres d'excellence.
- De développer des produits touristiques ayant un rapport qualité / prix d'excellence.
- De structurer mieux l'offre touristique saveurs et gastronomie.
- D'affirmer le positionnement de Banyuls comme destination saveurs et gastronomie.
- D'améliorer les compétences professionnelles.
- De faire bénéficier les clientèles touristiques d'un accueil de qualité et des services de professionnels compétents et qualifiés.
- D'augmenter les chiffres d'affaires des entreprises agricoles et viticoles.
- De pérenniser les entreprises par une augmentation de leur chiffre d'affaire.
- De créer des emplois non délocalisables.
- De lancer des programmes de valorisation innovante comme les « Vins Patrimoines » qui seront déclinés sur le vinaigre et sur l'huile d'olive.
- De travailler au développement des marques qualités pour la restauration locale. Sur les 25 entreprises qui font de la restauration (hors restauration rapide), seulement 2 (La Littorine et le Fanal) ont plusieurs marques qualités (Tourisme de Terroir en Pyrénées-Orientales et/ou Sud de France et/ou Qualité Tourisme et/ou Maître restaurateur). Aucun restaurant n'en a 1 seule.
- De labelliser par la marque Banyuls-sur-Mer 7 prestataires (en 2018), et 12 des prestataires (en 2019).



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

*La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

#### Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

*La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

### Les 8 grands pôles de l'escale et découverte

En transversalité (écotourisme, écomobilité, médiation culturelle, aménagements écoresponsables)



Escale  
Nature

- 1** ACTIVITES ET LOISIRS DE PLEINE NATURE  
(prestataires, stages, associations locales, jeux de pleine nature...)
- 2** GRANDES RANDONNEES
- 3** ATTRACTIVITE DES ESPACES NATURELS ET DES PAYSAGES  
(panoramas, espaces naturels sensibles de mer et de terre...)
- 4** BIODIVERSITE  
(sensibilisation au public...)
- 5** ÉVÉNEMENTS  
(salon de la randonnée, manifestation en pleine nature, course nature, trail, swimrun...)
- 6** ATTRACTIVITE DES SITES ET MUSEES « NATURELS »  
(maison de la randonnée, panoramas...)
- 7** BALADES ET ITINERAIRES CULTURELS  
(balades culturelles thématiques nature, itinéraires culturels thématiques nature...)
- 8** PRODUITS TOURISTIQUES – CRÉATION ET ANIMATION DU RÉSEAU DES PROFESSIONNELS ET DES SITES  
(prestataires marqués, produits pour les enfants, produits packagés, produits par saisons, produits multi-destinations...)

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

#### Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

#### *La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

Cette pratique touristique est en plein développement et concerne majoritairement une clientèle de jeunes retraités qui aime généralement pratiquer cette activité en dehors des périodes estivales de grande affluence.

**Cette activité, en plein essor sur Banyuls-sur-Mer, attire de plus en plus de monde et contribue à élargir la période temporelle de fréquentation de cette cité balnéaire.**

Le paysage montagneux qui entoure le front de mer, avec ses vignobles d'exception qui surplombent la « grande bleue », est de toute beauté, avec ses crêtes et les vues plongeantes sur les criques, ses forêts de chênes et ses oliveraies, traversées par des ruisseaux ou par le système d'irrigation des vignes, unique en son genre.

Le chemin de randonnée le plus connu est le GR10 qui commence devant la mairie de Banyuls où se trouve son tracé, matérialisé sur une céramique ludique.

Le GR10 est un chemin de grande randonnée qui relie la Méditerranée à l'Atlantique, en traversant la chaîne pyrénéenne. Certains de ses tronçons étaient utilisés autrefois par les douaniers et les contrebandiers.

Vouloir entreprendre le GR10, sur certaines étapes de son tracé est tout à fait accessible. Le GR10 n'est pas le seul circuit.

Il existe beaucoup d'autres chemins de randonnée, autour de Banyuls et dans sa proximité, situés dans le massif des Albères et sur le littoral comme le sentier du littoral.

Trois guides-accompagnateurs sont déjà recensés à l'Office de tourisme pour préparer, à la demande, différents types de randonnées qui peuvent d'ailleurs se faire à pied, à cheval et même en VTT.

La Municipalité, consciente du potentiel de cette activité « tendance », souhaite contribuer à son développement sur la commune en :

- Sécurisant le linéaire des parcours
- Installant des aires d'arrêt, valorisant les points de vue
- Embellissant certains passages, au moyen d'un mobilier bois présentant aussi certaines commodités (repos, pique-nique, etc.)
- Condensant sur des endroits stratégiques de la ville (lieux d'information) le détail de ces circuits, leurs emplacements, la durée moyenne des parcours, leurs niveaux de difficultés, etc.

<http://www.banyuls-sur-mer.com/fr/decouvrir/randonnee>



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

#### Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

#### *La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

Comme précisé ci-avant, cette activité se pratique essentiellement en dehors des mois d'août et juillet (généralement trop chauds pour ce type de pratique et aussi trop fréquentés) et s'étale de plus en plus régulièrement de mai à octobre, clôturée par la célèbre fête des vendanges (deuxième weekend d'octobre).

Un lieu d'information spécifique sur la randonnée existe déjà et reçoit plusieurs centaines de visiteurs par mois. La municipalité souhaite encore améliorer l'aménagement de ce lieu, qui centralise les informations pratiques essentielles, en une véritable **maison de la randonnée** ; elle sera le point de rencontre et

d'information, convivial et fonctionnel, au service des randonneurs, chevronnés ou débutants, et toujours plus nombreux.

**La pratique de cette activité conduit donc à renforcer la présence touristique sur Banyuls en moyenne saison et à alimenter ainsi le développement de son économie locale.**

La présence des randonneurs, souvent en couple et/ou en groupe, contribue de façon significative à l'augmentation constatée (de l'ordre de 30 %) du taux d'occupation des hôtels de la ville pendant cette période.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

#### Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

#### *La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

*La randonnée pédestre, prise dans son ensemble, constitue la pratique de base des touristes, quel que soit leur profil, puisqu'elle représente la 1<sup>ère</sup> activité physique des Français en vacances. D'après la seule étude nationale, 6 millions de Français de plus de 15 ans déclarent pratiquer la randonnée. Ce sont principalement des urbains, entre 35 et 64 ans, et de catégories aisées, qui choisissent cette activité pour son aspect convivial et les possibilités de découverte culturelle, patrimoniale et gastronomique qu'elle ouvre.*

Longtemps méconnu ou sous-évalué, le tourisme de mobilité et d'itinérance douces (à pied, en vélo, en kayak, en vtt, en canoë...) est perçu aujourd'hui comme un enjeu du développement local.

Constituant désormais une activité largement répandue parmi la population des pays européens, le tourisme d'itinérance douce évolue, passant du rang de loisir informel au niveau de véritable démarche touristique, génératrice de retombées économiques et d'emploi au niveau local.

L'intérêt pour le tourisme de randonnée à pied ou en vélo est d'autant plus grand que de très nombreux territoires ruraux sont potentiellement concernés et que cette forme de tourisme peut s'inscrire pleinement dans une stratégie de développement durable.

Ce tourisme d'itinérance douce par une structuration territoriale coordonnée permet, sur le territoire qui le met en place, un regard nouveau sur la destination, sur sa culture, sa gastronomie, ses paysages, ses savoirs et savoir-faire locaux...

Structuré et coordonné par des conventions de partenariat entre les structures publiques et les entreprises privées, ce tourisme de mobilité et d'itinérance douces instaure une nouvelle dynamique entre les acteurs permettant de mutualiser les forces vives du territoire et permet un développement économique, la création de nouveaux métiers, de nouveaux débouchés pour les commerçants, les restaurants, les hébergeurs locaux ainsi qu'une nouvelle image écotouristique de la destination.

La vitalité et l'ampleur de la demande, la simplicité apparente de l'activité, la discrétion des aménagements ne doivent pas faire illusion : le développement du tourisme d'itinérance douce exige une forte implication de tous les acteurs locaux, privés et publics. La Ville de Banyuls-sur-Mer souhaite être, au niveau de la région Occitanie et de la France, un territoire pilote. Plus qu'un simple chemin, le « touriste-randonneur » consomme en effet une région avec ses paysages et son identité, des itinéraires adaptés, des services et un accueil avant, pendant et après sa randonnée.

La Ville de Banyuls-sur Mer en collaboration avec les acteurs locaux, souhaite s'engager dans ce tourisme d'itinérance douce pour :

- ⇒ Cibler une clientèle dans ce marché très segmenté ;
- ⇒ Concevoir un produit complet et cohérent et monétiser la pratique via des packages adaptés et thématiques. ;
- ⇒ Aménager baliser, informer ;
- ⇒ Mettre en place des services ajustés.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

#### Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

*La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

Prestataires	Activités proposées
Maison de la randonnée	Randonnées familiales autour de Banyuls-sur-Mer
Les Chevaux de la Coume Pascole	Randonnées à cheval
Association Banyuls Rando	Randonnées familiales accompagnées
Randonnées Balades & Découvertes	Randonnées guidées
Azimount	Randonnées pédestres ou VTT
Randonnées en Terre Catalane	Randonnées dans les Albères
Club Cœur et Santé	Marches de réadaptation et randonnées





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

#### Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

#### *La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

##### Les objectifs de la ville de Banyuls-sur-Mer sont les suivants :

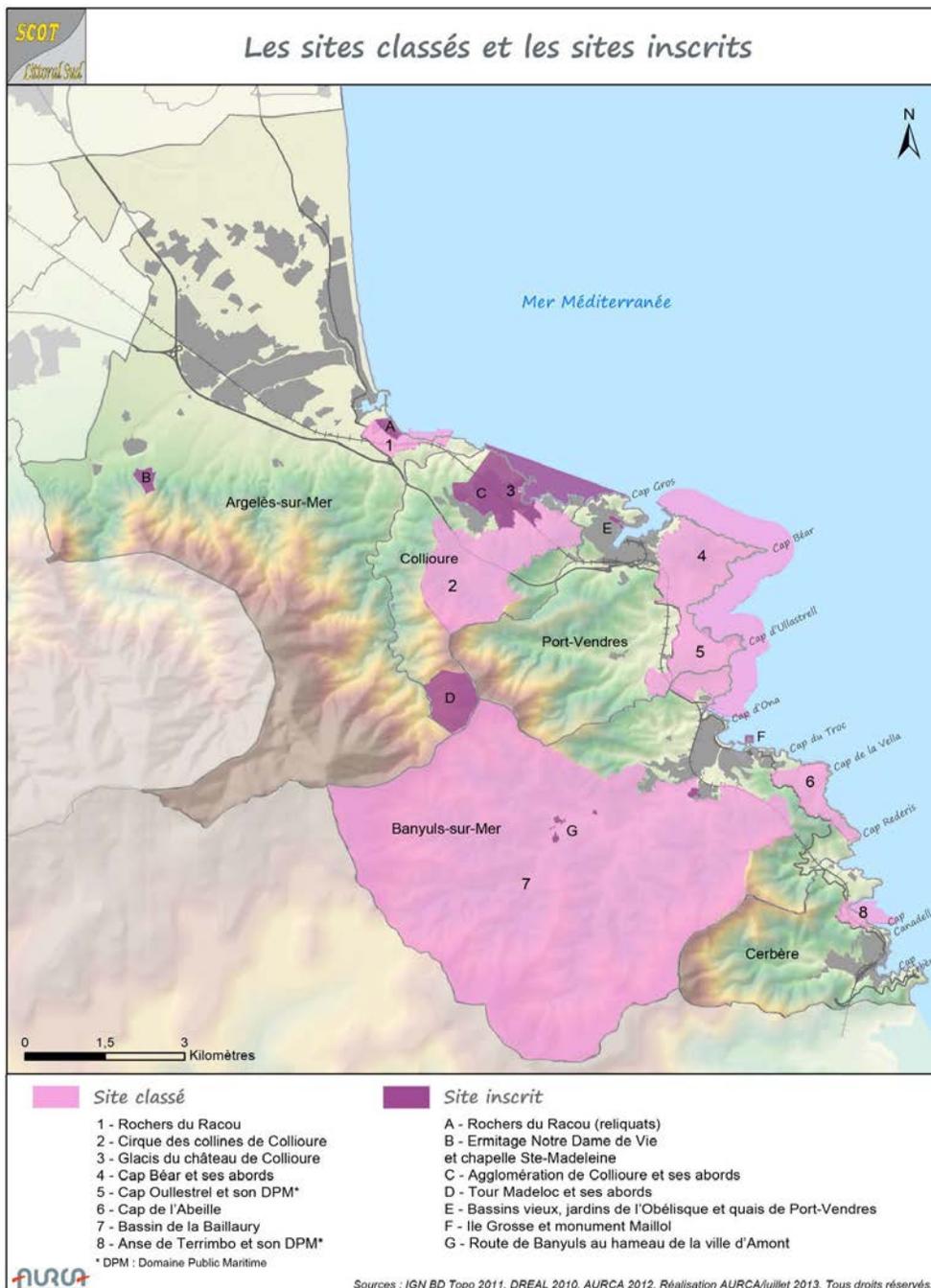
- De créer dès 2017 et d'animer le réseau des professionnels des activités de pleine nature par la mise en place d'un plan marketing et de commercialisation commun de leurs offres, touristiques et de leurs produits.
- De créer et commercialiser avec les prestataires des produits, des offres et des services touristiques / écotouristiques d'excellence dans l'objectif de capter une clientèle à plus fort pouvoir d'achat.
- De créer des produits multi-destinations avec les autres villes des Pyrénées-Orientales et celles de la Catalogne sud sur des produits randonnées.
- D'allonger la saison touristique en créant des produits touristiques combinés (visites guidées et dégustation des caves, kayak de mer et balade nature).
- Améliorer le taux de satisfaction de la clientèle pour renforcer l'attractivité de la destination Banyuls par des formations conjointe avec l'office de tourisme.
- De développer une politique d'offres spécifiques vers les cibles identifiées (familles et enfants, seniors...).
- Développer une politique commerciale vers les cibles « groupes » et vers les intermédiaires (TO, agences...) en lien avec l'ADT 66 et le CRT Occitanie.
- Etre plus compétitif et attractif par de nouveaux services et nouvelles offres d'excellence.
- Développer des produits touristiques / écotouristiques ayant un rapport qualité / prix d'excellence.
- De structurer mieux l'offre touristique dite de nature.
- De renforcer l'image de Banyuls-sur-Mer comme une ville de randonnée et balade en pleine nature.
- D'affirmer le positionnement de Banyuls comme destination « nature ».
- D'améliorer les compétences professionnelles.
- De faire bénéficier les clientèles touristiques d'un accueil de qualité et des services de professionnels compétents et qualifiés.
- D'augmenter les chiffres d'affaires des entreprises par une meilleure communication.
- De pérenniser les entreprises par une augmentation de leur chiffre d'affaire.
- De créer des emplois non délocalisables.
- De faciliter l'implantation de nouvelles entreprises (guides conférenciers) sur cette thématique.
- De créer des produits touristiques innovants par le numérique et écoresponsables par la mobilité (vélo, segway...).
- D'axer sa communication sur le GR 10 et le sentier des douaniers.
- De renforcer l'événement la swimrun.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

*La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*

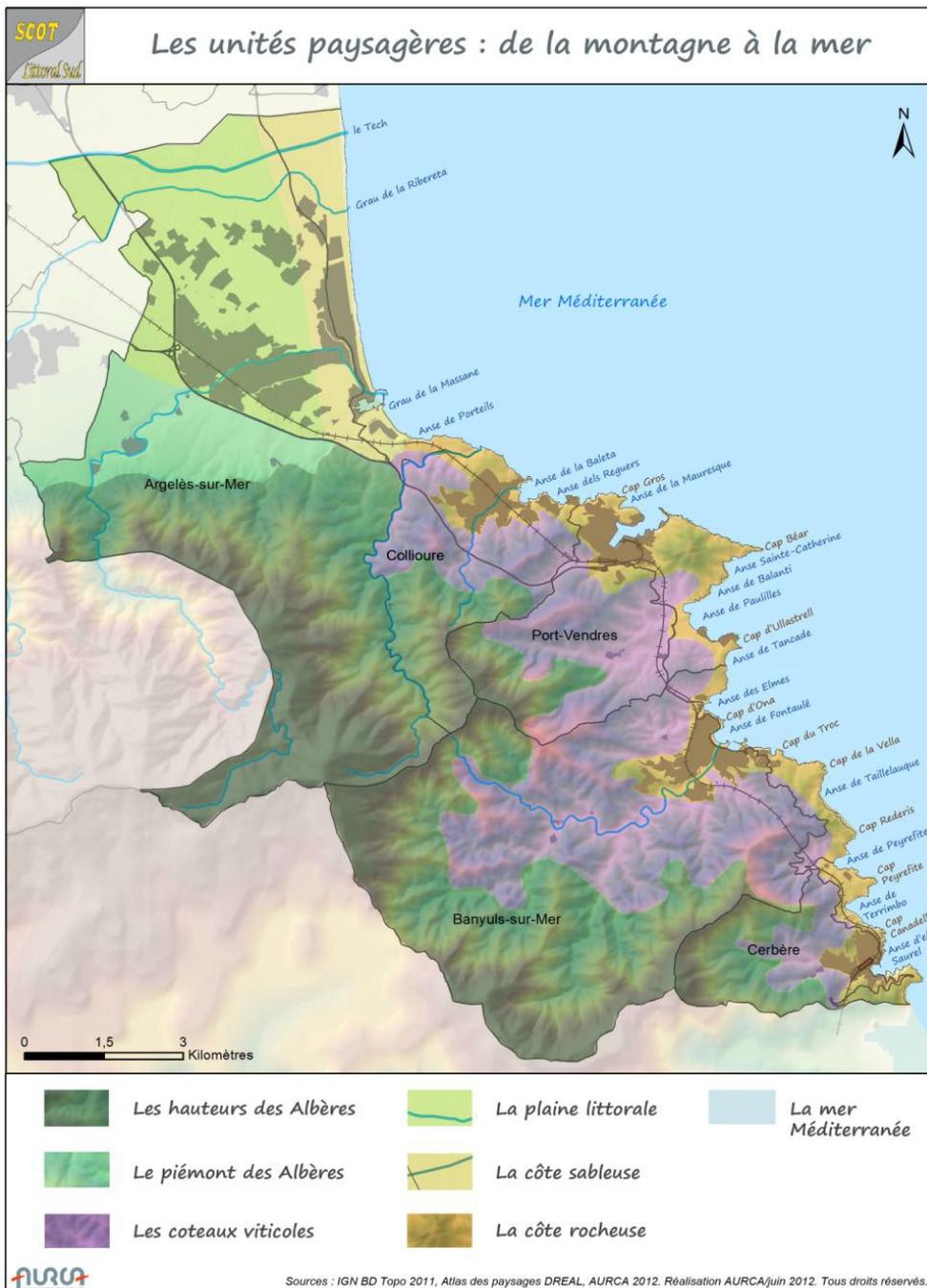


## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.7. L'escale nature et découverte

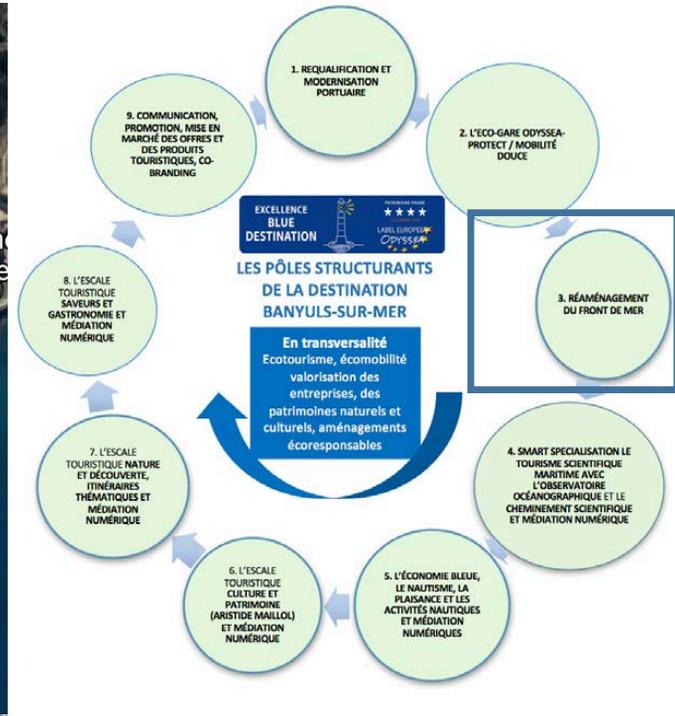
#### Faire de Banyuls-sur-Mer une destination nature et découverte

*La médiation numérique culturelle autour des randonnées comme grande thématique d'itinérance d'excellence écotouristique*



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.8. Réaménagement du front de mer



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.8. Réaménagement du front de mer

#### Le concept

Aujourd'hui, le front de mer est fragmenté et sa composition confuse. La juxtaposition et l'accumulation d'espaces, de séquences, de matériaux et de mobiliers nuisent considérablement à la lecture globale d'un lieu dont la force et le caractère naturel suffisent à le qualifier. Le programme prévoit de faire du front de mer un lieu remarquable, une belle promenade et un espace connecté au centre-ville et à ses commerces, de sécuriser et d'apaiser la voirie urbaine, de redonner des espaces de vie aux promeneurs, aux familles, aux enfants, de valoriser l'attrait économique et touristique de la ville, de prendre en compte les déplacements des personnes à mobilité réduite, de prévoir du stationnement pour les 2 roues et d'homogénéiser les terrasses des cafés et restaurants, les revêtements... Enfin, il affirme la volonté d'insuffler un vent de modernité et d'unité sur la promenade et de préparer le devenir de ce territoire.

Il saisit l'ensemble de l'espace de la baie depuis la façade urbaine jusqu'à la façade maritime, avec pour horizon les paysages pyrénéens à l'ouest et méditerranéens à l'est.

#### Enjeux et objectifs du projet

L'aménagement du front de mer s'inscrit dans une vision globale à l'échelle de la ville mais également dans un projet plus général de développement du territoire, qui se déploie des profondeurs de la Méditerranée aux contreforts pyrénéens et qui rayonne plus largement sur toute la Côte Vermeille.

Les projets de la ville de Banyuls-sur-Mer sont entre autre :

- Le village dans ses racines originelles ;
- L'architecture de villégiature de début de siècle qui caractérise le charme du front balnéaire ;

- Le port moderne en réflexion, véritable entrée maritime ;
- Le centre océanographique d'enseignement et de recherche ;
- Le biodiversarium - aquarium et jardin Méditerranéen ;
- Le projet de pôle santé Hélio-marin ;
- Le pôle d'excellence rurale et l'école de sommellerie du mas Reig ;
- L'art au travers d'Aristide Maillol et le musée Aristide Maillol.

L'aménagement du front de mer fait partie des enjeux majeurs du projet de territoire. Cette esquisse, s'organise en cinq strates parallèles décomposées de la manière suivante :

- la façade urbaine,
- l'espace des mobilités,
- l'espace du plateau polyvalent partagé,
- l'espace de la promenade du front de mer,
- l'espace balnéaire et maritime.

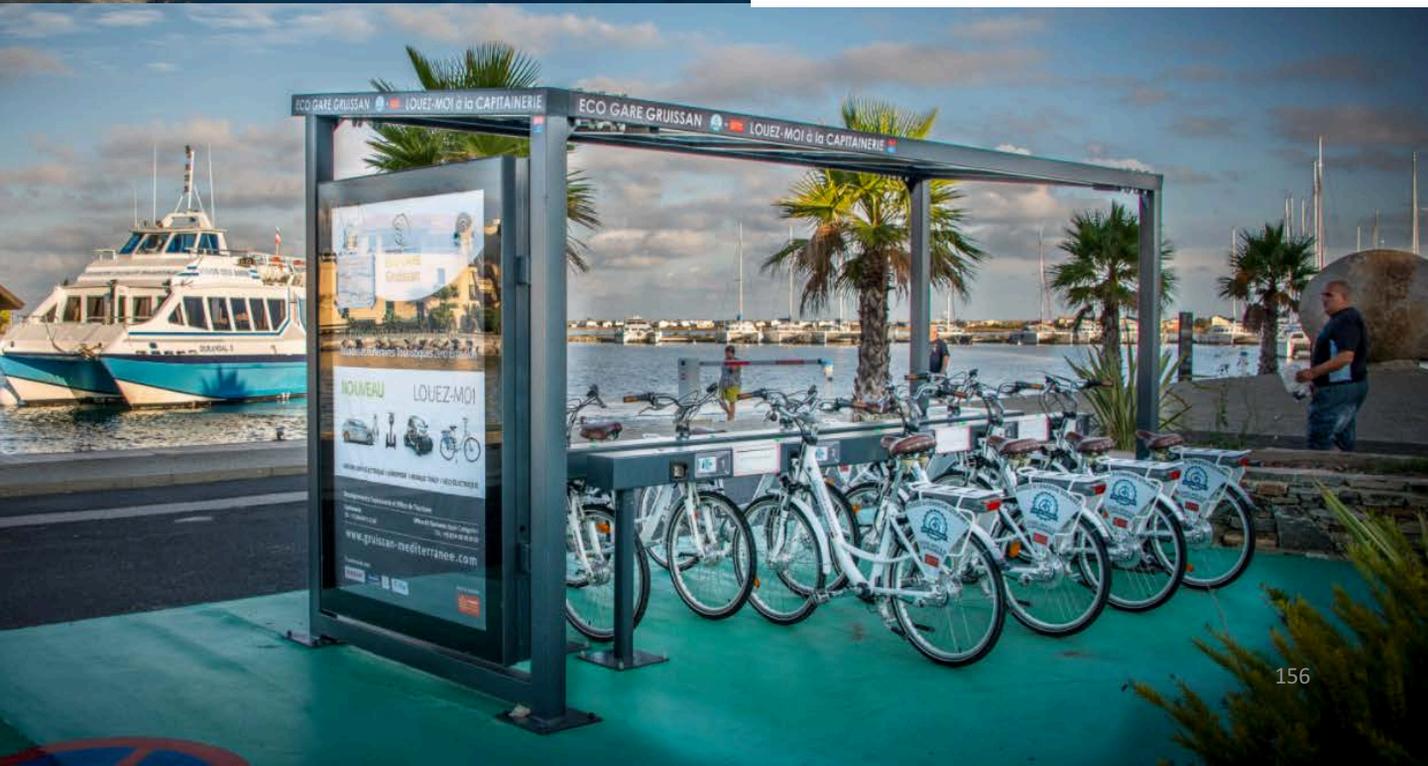
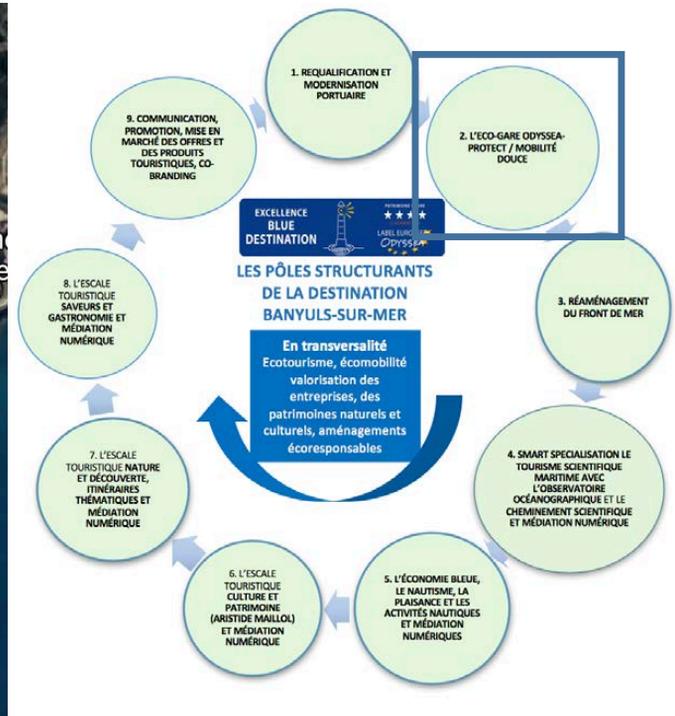
Le projet se fixe cinq objectifs majeurs :

- revaloriser la façade urbaine, patrimoniale et commerciale,
- requalifier et apaiser la RD,
- intégrer les stationnements deux-roues, les services, l'information... dans une bande de services,
- créer un plateau partagé, de détente et d'animation ludique, touristique ou commerciale,
- renforcer la plage.

**Le projet d'investissement du réaménagement du front de mer est détaillé dans la partie 5 de ce document : 5. Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer.**

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.9. L'éco-gare Odyssea Protect



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.9. L'éco-gare Odyssea Protect

Une des actions fortes que mettra en place la ville de Banyuls-sur-Mer en faveur de la protection de l'environnement est l'éco-gare Odyssea Protect® dans le cadre d'un partenariat public-privé afin de développer l'emploi sur le territoire et de renforcer la pérennité d'une ou plusieurs entreprises locales.

L'Eco-gare Odyssea Protect® propose un service global autour d'un parc zéro émission de CO2 : voitures électriques, vélos électriques, vélos, gyropodes, navettes.

L'Eco-gare Odyssea Protect® est une réponse opérationnelle à une montée en gamme des offres et des services au port, à connotation environnementale.

C'est un engagement pour un développement durable des destinations portuaires, une contribution à la phase d'expérimentation de la gestion intégrée des zones côtières « Odyssea Croissance bleue 2014-2020 ».

C'est aussi et surtout une réponse concrète aux attentes des clientèles envers une mobilité douce et plus ludique.

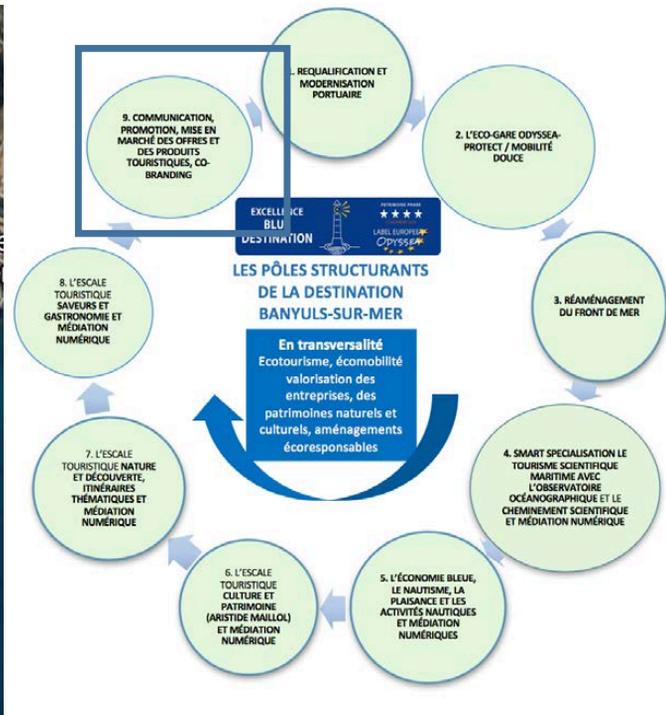
Ce service répond à l'arrivée de nouvelles pratiques et de nouvelles attentes touristiques. En effet les touristes expriment aujourd'hui leur envie de « vivre une expérience » : découverte du patrimoine, des gens d'ici, de leur mode de vie...

Durant l'été 2016, la ville de Banyuls-sur-Mer a mis en place le service Esti'navette dans un objectif de favoriser les transports en commun lors des déplacements des clientèles touristiques sur les mois de juillet et août.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.1. L'Office de tourisme de Banyuls-sur-Mer

L'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer, dans le cadre de la loi NOTRe, a délibéré pour garder la gouvernance de son office de tourisme. L'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer est catégorie 1. Il est labélisé Qualité tourisme et Tourisme handicap (moteur, auditif et visuel). Banyuls-sur-Mer a le classement Commune touristique et balnéaire. Elle est Station classée.

L'Office de Tourisme a obtenu au début du mois de juin 2015 et ce, pour 3 ans, la marque Qualité Tourisme, suite à un audit passé avec succès et à l'application du référentiel national regroupant près de 130 critères.

Ce travail doit cependant se poursuivre dans le temps car un suivi de la marque sera demandé et vérifié tout au long des 3 prochaines années, dans le cadre de cette politique qualité de l'office.

- Sur le plan de la promotion : application d'une politique promotionnelle adaptée aux axes stratégiques fixés par la municipalité avec laquelle l'office de tourisme a signé une convention d'objectifs réalistes ; il est également chargé de la promotion de la station en France et à l'étranger, en liaison avec les institutions départementales et régionales ainsi que de la communication par internet ou autres réseaux sociaux, et en collaboration avec le service dédié en mairie.
- Sur le plan de la coordination avec les socioprofessionnels : entretien et renforcement de la proximité avec les socioprofessionnels de la commune par l'instauration – entre autres - de réunions biannuelles et d'un espace pro dédié aux prestataires de la station sur le nouveau site Internet de la Ville, pour lequel l'OT assure un suivi et s'occupe de son référencement. Enfin, l'office de tourisme s'engage - toute l'année - dans une démarche de développement durable, en interne mais aussi envers les tiers (cendriers de plage, mise en place de boîtes de collecte de piles usagées ou matériel informatique, échanges avec les socioprofessionnels privilégiés par mail, dématérialisation de la comptabilité, etc). Grâce à l'obtention de ce Label, l'office de tourisme va d'ores et déjà pouvoir travailler sur son classement en catégorie 1 (dossier en cours pour passage en 2016), condition préalable à ce que la commune puisse conserver son statut de Station de tourisme classée.
- Sur le plan de l'accueil : l'office de tourisme s'engage auprès du vacancier à offrir un lieu d'accueil chaleureux et accueillant afin de l'inciter à découvrir la station ; l'équipe de l'OT fournit des informations claires et précises en informant, si nécessaire, en 3 langues étrangères sur le territoire et ses alentours ; des conseillers en séjour expérimentés et professionnels mettent tout en œuvre pour répondre aux attentes des vacanciers et aider à résoudre toute problématique ; montrer le plus grand intérêt pour la satisfaction des vacanciers, les suggestions et remarques étant traitées dans les meilleurs délais et avec la plus grande attention afin d'améliorer quotidiennement les services.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.1. L'Office de tourisme de Banyuls-sur-Mer

**Optimisation de l'organisation de l'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer, dans le cadre d'un plan numérique d'accueil et d'un plan de communication innovant.**

1 - L'ACCUEIL			
Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Accueillir en vis-à-vis et à distance par téléphone, courrier, courriel, fax, sites web. Susciter le désir de découverte. Adapter Jours et horaires d'ouverture à la fréquentation.	Répondre aux attentes personnalisées. Susciter et renforcer le désir de découverte. Développer la consommation touristique sur le territoire et la découverte des patrimoines. Obtenir la satisfaction client.	Analyse qualitative de la demande. Personnalisation de la réponse.  Fiches actions et modèles (manuel qualité à l'accueil).	Enquête de satisfaction.  Statistiques de fréquentation.

2 - L'INFORMATION			
Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Mettre à jour les informations. Disposer d'un programme annuel d'éditions et en assurer la diffusion. Mettre à la disposition permanente du public une connexion gratuite à internet sans fil.	Offrir une information actualisée et personnalisée.	Actualisation base de données Tourinfrance – ADT 66 - Région Occitanie. Actualisation des sites internet Réalisation de fiches techniques internes . Réalisation de Programmes d'activités.	Gestion de la diffusion de la documentation. Nombre de visites prestataires effectuées par les CSJ. Mise à jour des domaines d'information à gérer et analyse de l'évolution.

3 - LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION			
Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Accentuer la notoriété de la destination Banyuls-sur-Mer. Développer l'économie touristique.	Faire connaître l'offre du territoire.  Réduire le phénomène de saisonnalité. Apporter un soutien aux professionnels du tourisme.	Définir un plan d'actions annuel de promotion et de communication. S'engager dans des actions de captation de marché en partenariat avec l'ADT 66 et le CRT Occitanie. Organiser des relations presse et faire de la publicité.	Bilan annuel quantitatif et qualitatif des actions de promotion et de communication. Bilan des actions médias.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.1. L'Office de tourisme de Banyuls-sur-Mer

Optimisation de l'organisation de l'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer, dans le cadre d'un plan numérique d'accueil et d'un plan de communication innovant.

4 - LA QUALITE ET LES LABELS			
Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Développer la politique qualitative de la destination en engageant les démarches qualitatives de certification et labellisation sur le territoire.	Stimuler la qualité de l'offre touristique du territoire et des partenaires en incitant à la labellisation et au classement à travers l'obtention de labels : Famille Plus, Tourisme handicap, Pavillon bleu, Qualité tourisme, Qualité Sud de France, Qualité Odyssea...	Engager l'OT dans la démarche Qualité tourisme sur la base du référentiel national pour l'obtention de la marque nationale « Qualité tourisme ». Sensibiliser et accompagner les professionnels de la destination Banyuls-sur-Mer.	Le manuel qualité et son évolution dans le temps. Evolution du nombre d'établissements et activités classés et labellisés. Mesure dans le temps de la qualité de l'habitat touristique.

5 - LA FIDELISATION			
Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Renforcer la fidélisation de la clientèle à travers une reconnaissance.	Honorer les fidèles touristes. Renforcer les liens entre touristes, professionnels et « gens du pays » avec les parrainages.	Les médailles de fidélité. Soirée où sont décernées des médailles aux fidèles touristes parrainés.	Augmentation chaque année du nombre de médaillés et participation à la soirée.

7 - LA COMMERCIALISATION DE L'OFFRE			
Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
Réduire le phénomène de saisonnalité et proposer des produits touristiques pour les groupes et la clientèle individuelle. Découvrir les patrimoines. Découvrir les savoirs.	Mettre en tourisme une offre coordonnée sur le territoire. Proposer des produits touristiques toute l'année. Proposer des expositions thématiques.	Sensibiliser les acteurs. Etablir un inventaire de l'offre. Créer des guidages sur les patrimoines. Mettre en place des partenariats ADT, CRT, compagnie, hébergeurs...	Enregistrement des demandes de la clientèle – Analyse des retours des questionnaires et analyse des suggestions clients. Fréquentation des visites guidées.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.1. L'Office de tourisme de Banyuls-sur-Mer

**Optimisation de l'organisation de l'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer, dans le cadre d'un plan numérique d'accueil et d'un plan de communication innovant.**

8 - LE DEVELOPPEMENT DURABLE			
Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
S'inscrire dans la démarche transversale de développement durable du Passeport vert, d'Odyssea Protect et de l'écotourisme avec le Parc naturel marin.	Sensibilisation des touristes et acteurs touristiques locaux en matière de protection de l'environnement .Sensibilisation en interne grâce au Passeport vert.	Mise en place du plan d'actions Passeport vert et Odyssea Protect.	Bilan du programme d'actions annuel.

9 - L'ORGANISATION GENERALE			
Contexte	Objectifs	Actions	Indicateurs
La professionnalisation des équipes.	Apporter un service de qualité. Améliorer la qualité et le bien-être au travail.	Application de la GPEC. Plan de formation triennal.	Rapport annuel d'activité. Evolution de carrière. Enquête de satisfaction.
L'adaptation des locaux.	S'adapter aux attentes et au confort de la clientèle.	Aménagement d'espaces dédiés à l'information, la détente et la consultation internet.	Enquête de satisfaction.
Les périodes d'ouverture.	S'adapter aux attentes et au rythme de vie de la clientèle touristique.	Définir un plan d'ouverture optimum en cohérence, avec ambition.	Enquête de satisfaction.
Démarche entrepreneuriale : Recherche d'autofinancement .	Optimiser les recettes. Augmenter les recettes. Evaluer la fréquentation et le développement du tourisme sur le plan qualitatif et quantitatif.	Optimiser la perception de la taxe de séjour. Créer des partenariats avec une régie publicitaire pour les éditions. Développer les guidages et actions de partenariat et des produits d'itinérance, des produits combinés...	Tenue de tableaux de bords des recettes. Rapport annuel d'activité.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.1. L'Office de tourisme de Banyuls-sur-Mer

L'office de tourisme de Banyuls mettra en place dès 2017, une véritable évolution dans sa stratégie de communication, de promotion, de vente de sa destination.

En plus de la création d'un véritable pôle de commercialisation au sein de l'office de tourisme, la Ville de Banyuls souhaite innover en matière de communication de sa destination.

#### La mise en place d'un marketing omnicanal.

Le marketing omnicanal repose sur la prémisse que le consommateur d'aujourd'hui prend contact avec une destination touristique à

travers la présence de cette dernière sur divers canaux : site web, salons touristiques, site intermédiaire, réseaux d'influence, médias sociaux, etc.

Sans compter la multiplicité d'appareils, du desktop au laptop en passant par la tablette numérique, le téléphone intelligent et autres points de contacts numériques disponibles en public.

Banyuls-sur-Mer mettra en place cette stratégie, illustrée par le schéma présenté en page suivante, pour toucher le maximum de clientèle possible.

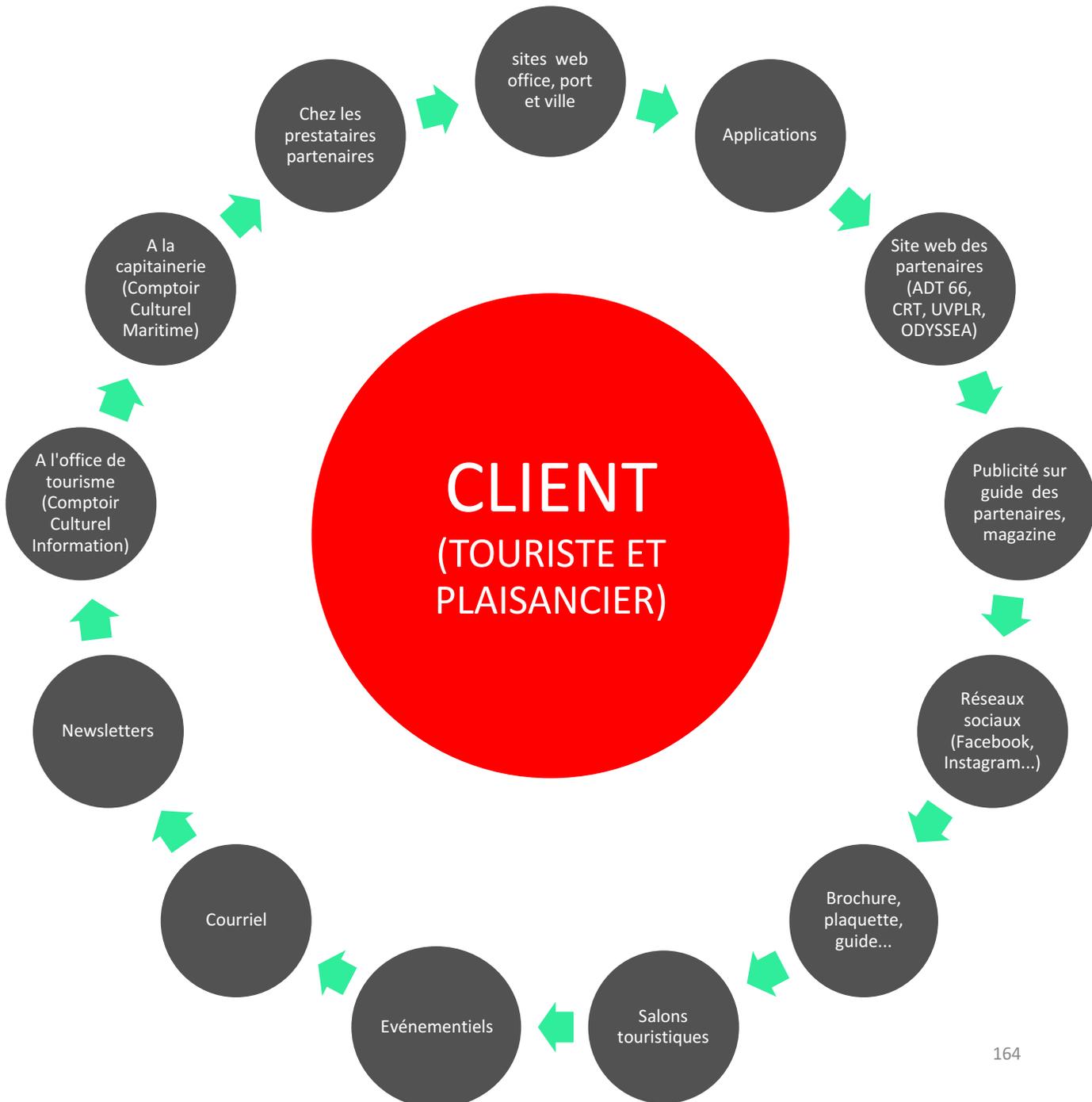


## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.1. L'Office de tourisme de Banyuls-sur-Mer

##### La mise en place d'un marketing omnicanal print et numérique





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.2. La mise en marché

L'Office de tourisme de Banyuls va lancer en 2017, une véritable stratégie de commercialisation des offres et des produits de sa destination, que cela soit sur son site web ou à l'office de tourisme même. Pour cela, l'office a construit une véritable politique de partenariat sur l'année 2016 avec ses prestataires. De nombreux produits touristiques ont été créés et seront mis en vente dès le printemps 2017. L'office de tourisme va s'équiper d'une plateforme de commercialisation de ses offres et produits touristiques.

**Plongée sous-marine** : 3 clubs de plongée. Nombreux produits (3 par ex)

- Baptêmes de plongées encadrés matériel fourni : de 43 à 47 €

- Balades palmées aquatiques mat. fourni : de 25 à 30 € (accompagnées)

Produit combiné : 1 baptême + 1 balade aquatique palmée : de 60 à 65 €

**Sorties / excursions en Catamaran** : 2 prestataires (catamarans de différentes tailles) Plusieurs produits.

Exemples :

Catamaran 28 places :

- Sortie découverte Demi-Journée 3H (départ Port -Vendres) : de 34 à 39 €

- Sortie début de Soirée (balade + dégustations). Durée 2H : de 21 € à 26 €

Catamaran 40 places :

- Sortie Littoral (sans escale). Départ Port-Vendres. Visite commentée : de 21 € à 27 €

- Sortie Coucher de Soleil ( 1h30). Départ Port-Vendres. De 9 € à 18 €

- Sortie Journée Grillade et Baignade. Départ Port-Vendres. Repas midi inclus. De 58 € à 79 € selon saison.

**Randonnées équestres** (centre équestre de Banyuls). Associatif. Ouvert à l'année. Nombreux tarifs et stages. Par exemple : forfait découverte (3 hrs) : de 40 € (enf.) à 50 € (adultes)

**Activités vigneronnes / caves et Syndicat** : Nombreux produits / activités proposés par caves : Par exemple :

- *Cave l'Etoile* : Visite de la cave coopérative la plus ancienne du crû ( 1h) à partir de 17 h : 3 € / pers . Circuit Vigneron : visite vignoble proche et cave ( 2h) : 10 € / pers

- *Grande Cave Terre des Templiers* : Plus grande cave coopérative du crû. Sorties sur les vignobles en terrasses : 3 hrs de visites commentées et dégust. : 30 € ;

+ Escapades gourmandes : 1h30. Accompagnement privilégié par vigneron coopérateur à travers les vignes du crû + dégustation par le maître de chais de la cave : de 10 € ( enf.) à 20 € ( adultes).

Balades Vigneronnes proposées par le Syndicat du crû (visite thématique / balade du vignoble avec un petit producteur du crû) . Durée : 2 h à 2h30 ( avec dégustation) : **13 € / pers.** 2 fois par semaine.

**Biodiversarium / Jardin Méditerranéen**

- Billetteries Biodiversarium en site seul (Aquarium ou Jardin) : de 2.50 € (enf.) à 5.00 € (adultes) ou groupé : de 4 € ( enf.) à 7.50 € (adultes).

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.2. La mise en marché

##### Autres possibilités de partenariats pour commercialisation durant la saison :

- Visites guidées dans les Oliveraies de Banyuls + visite Bar à Huile et dégustation tapenades et produits à base d'huile d'olive : tarif à instaurer avec prestataire : proposition : 3 € / pers ?
- Visite guidée de la Vinaigrerie Artisanale à La Guinelle + dégustations : idem proposition : 3 €
- Nouveauté saison 2016 : initiation à l'astronomie avec une association durant les mois de juin à septembre à la Chapelle de la Salette : en soirée ( observation ciel au laser, aux jumelles, contes et légendes...) : 6 € / pers.
- Billetteries pour excursions à la journée dans le département ou en Catalogne Sud ( Rosas, Girona, Barcelona) par l'intermédiaire de l'Agence ATV. De 16 € à 38 €

##### Produits touristiques dont l'office de tourisme peut être producteur :

- Visite guidée : Sur le thème de Maillol et du patrimoine de Banyuls. Visite ville jusqu'au l'Observatoire Océanologique + Circuit « Sur les Pas d'Aristide » + Musée Maillol → accompagnée par guide du patrimoine. 3 hrs. Transfert en covoiturage. Billetterie au guichet et en ligne. *Entre 13 € et 15 € / pers ? ( 5 pers minimum).* Jours et horaires à définir.

Visite en petit train du Biodiversarium (Aquarium, Jardin Méditerranéen) : Billetterie OT comprend entrées aux 2 sites (aquarium et jardin) + circuit en Petit Train Touristique : 15 € / pers. Du 1<sup>er</sup> juin au 30 Septembre, tous les jours.

##### Billetterie évènementiel :

- Concerts / spectacles dans les églises de Banyuls ou salles communales, Mas Reig dont les billets pourront être vendus par l'OT. (concerts voix russes en juillet par exemple) ;
- Prestations repas du dimanche à la fin de la Fête du Puig del Mas...
- Chasses au Trésor organisées en été pour les familles (organisées en 2016 depuis la cave Tambour).
- Billetteries pour le Festival Lyrique Catalan en Août.
- Billetterie Festival des Abbayes Eglise de la Rectorie.
- Billetterie Fête des vendanges : billetteries au guichet Ateliers du Goût + animations organisées par les différentes caves durant la semaine ( en réservation au guichet).



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.2. La mise en marché

La Ville de Banyuls-sur-Mer a débuté fin 2016 un véritable travail sur la création d'une marque de destination touristique, par la mise en place d'un inventaire culturel de sa destination, et ce afin d'en tirer des éléments tangibles en matière d'image et d'attractivité. Pourquoi Banyuls-sur-Mer souhaite mettre en place cette marque?

**Cette marque a pour objectif d'engager les acteurs locaux sur des critères de qualité, de mise en réseau marketing dans un concept de co-branding pour une montée en gamme des offres et des services touristiques et donc de la destination Banyuls-sur-Mer.**

La marque partagée définit et codifie un langage commun qui exprime la personnalité et valorise l'attractivité du territoire, utilisable par tous les acteurs qui souhaitent le promouvoir. C'est un porte-drapeau sous lequel se rassemblent les acteurs autour d'une même identité pour asseoir dans la tête de nos

clientèles cibles, le positionnement choisi.

Quels sont les bénéfices pour le territoire ?

- Renforcer la notoriété et l'image de Banyuls, à travers une marque porteuse de sens ;
- Se démarquer davantage et durablement de la concurrence ;
- Valoriser la destination sous un dénominateur commun ;
- Associer partenaires institutionnels et prestataires privés dans une démarche d'appropriation, puis de relais amplificateur.
- Faire montée en gamme la destination.

Une marque partagée constitue un véritable avantage compétitif et renforce le sentiment d'appartenance et la cohésion de l'ensemble des acteurs du territoire, dans l'objectif de faire engager ces derniers sur des critères de qualité, de mise en réseau marketing dans le concept de co-branding.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.3. La marque de destination Banyuls-sur-Mer et la stratégie de co-branding



Offres et produits  
 Tourisme scientifique



Offres et produits  
 Activités nautiques,  
 balades et itinéraires



Offres et produits Culture  
 et Patrimoine, balades et  
 itinéraires



Offres et produits Saveurs  
 et Gastronomie, balades  
 et itinéraires



Offres et produits Nature  
 et découverte, balades et  
 itinéraires



Restaurants



Hébergements



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.10. Communication, promotion, mise en marché des offres et des produits touristiques et co-branding

#### 4.10.4. S'appuyer sur des évènementiels à forte valeur ajoutée

La Ville de Banyuls-sur-Mer possède de nombreux événements à forte valeur ajoutée et notamment hors saison touristique. La Ville souhaite lancer deux grands évènements en avant et en après saison dans l'objectif de débiter et clôturer la saison touristique.

L'idée directrice est de communiquer sur 5 évènements phares selon les 5 thématiques de découverte de la destination :

- Le tourisme scientifique avec le **Festival International du Documentaire Méditerranéen** (FIDOM)
- Le nautisme, la plaisance et les activités avec **la Fête du Nautisme**

- Culture et patrimoine avec la **Festa Catalana**
- Saveurs et gastronomie avec la **Fête des Vendanges**
- Nature et découverte avec le **Salon de la Randonnée**

Autour de ces évènements, des produits touristiques à forte valeur ajoutée seront vendus par l'office de tourisme de Banyuls-sur-Mer.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.11. Un modèle innovant de multi-destinations

**Banyuls-sur-Mer souhaite être un territoire pilote en ce qui concerne le tourisme de multi-destinations.**

Traditionnellement, l'approche du développement du tourisme était basée sur un modèle de destination unique, chaque territoire entrant en concurrence pour sa part de marché en utilisant différentes stratégies de commercialisation et de promotion pour attirer les visiteurs.

Cette approche unilatérale prévaut encore largement aujourd'hui, malgré les efforts des différents organismes régionaux pour promouvoir le tourisme multi-destinations.

La multi-destination va cependant au-delà de la commercialisation et de la promotion ; c'est une approche du développement du tourisme qui ajoute de la valeur à l'expérience touristique tout en étendant les bénéfices du tourisme à plusieurs destinations.

A cet égard, le tourisme multi-destinations peut-être considéré comme l'un des moyens complémentaires de diversification de l'industrie touristique locale qui tire profit de ses atouts naturels et culturels et contribue à la croissance économique et sociale. C'est en cela que Banyuls-sur-Mer a décidé de dépasser la destination de la Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibéris pour travailler avec les destinations touristiques à

1h, pour une promotion de leur offre et de leurs services touristiques le long de son itinéraire culturel.

**Le tourisme multi-destinations, une possibilité de diversification et de développement.**

Du point de vue des visiteurs, un voyage à forfait basé sur des multi-destinations offre aux voyageurs la possibilité de connaître des destinations / localités différentes, chaque expérience comblant un nouveau désir du visiteur.

Du point de vue des destinations, le tourisme multi-destinations offre plusieurs avantages, économiques et autres.

Du point de vue local, le tourisme multi-destinations offre à chaque destination la possibilité de renforcer son offre touristique par des produits qu'elle n'a pas.

Les programmes de coopération Interreg dont Banyuls-sur-Mer est éligible notamment sur le transfrontalier comme le POCTEFA ou le SUDOE peut lui permettre d'ouvrir sa zone de multi-destinations avec la Catalogne Nord.

Pour un plaisancier le bassin de navigation Catalogne sud et Catalogne Nord est un réel bassin de navigation. Des produits touristiques communs pourraient alors voir le jour.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.12. S'inscrire dans les démarches de coopération européenne – le POCTEFA

De part son positionnement géographique, Banyuls-sur-Mer est éligible à plusieurs programmes européens dont le POCTEFA et le SUDOE.

#### Le POCTEFA

Le POCTEFA 2014-2020 est l'acronyme pour le programme INTERREG VA Espagne-France-Andorre. Ceci est un programme de coopération territoriale européenne créé pour promouvoir le développement durable du territoire frontalier entre les trois pays.

Le POCTEFA 2014-2020 est la cinquième génération de soutien financier de l'Union Européenne pour renforcer l'intégration économique et sociale de cette région. POCTEFA co-finance les projets de coopération transfrontalière conçus et gérés par des acteurs des deux côtés des Pyrénées et les zones côtières concernées par le programme en préservant le développement territorial intelligente, durable et inclusive. Le programme porte sur les acteurs du secteur

public et privé dans le domaine de la coopération. Quand ils deviennent membres d'un projet prévu, qui recevra un financement FEDER, ils sont appelés bénéficiaires. Ils peuvent être des organismes bénéficiaires gouvernementaux, les entreprises, les organismes de développement, des groupes, des associations, des fondations, des chambres de commerce ou des écoles, entre autres types d'entités ou de groupes.

#### Les 5 priorités :

**Priorité 1** : Stimuler l'innovation et la compétitivité.

**Priorité 2** : Promouvoir adaptation au changement climatique et à la prévention des risques et de la gestion.

**Priorité 3** : Promouvoir la protection, la récupération et l'utilisation durable des ressources locales.

**Priorité 4** : Promouvoir la mobilité des biens et des personnes.

**Priorité 5** : Renforcer les compétences et l'intégration dans les territoires.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.12. S'inscrire dans les démarches de coopération européenne – le SUDO

Le Programme Interreg Sudoe soutient le développement régional dans le sud-ouest de l'Europe en finançant des projets transnationaux par le biais du Fond Européen de Développement Régional (FEDER).

Le Programme promeut la coopération transnationale pour résoudre des problèmes communs aux régions du sud-ouest européen, comme le bas investissement en recherche et développement, la basse compétitivité de l'entreprise petite et moyenne et l'exposition au changement climatique et aux risques environnementaux.

Le Programme Interreg Sudoe (abréviation de Programme de Coopération Interreg V-B Europe Suroccidentale) a été approuvé par la Commission Européenne le 18 juin 2015 avec un budget de de 141 millions d'EURO.

Le texte complet est disponible en espagnol, français, portugais et anglais.

#### De quoi doivent traiter les projets ?

Les projets approuvés par le Programme devront traiter sur un parmi cinq axes

prioritaires. Ils ont été choisis étant ceux dans lesquelles la coopération transnationale a un plus grand impact dans le sud-ouest de l'Europe :

1. Recherche et innovation.
2. Compétitivité des PME.
3. Économie faible en carbone.
4. Lutte contre le changement climatique.
5. Environnement et efficacité de ressources.

#### Qu'est-ce qu'est Interreg ?

Le programme Interreg Sudoe fait partie de l'objectif européen de coopération territoriale, plus connu comme Interreg.

Cet objectif est financé par l'un des fonds de la politique régionale européenne: le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER). La période actuelle de programmation comprend de du 2014 à au 2020, et est précédé par deux générations précédentes : SUDO 2007-2013 et SUDO 2000-2006.



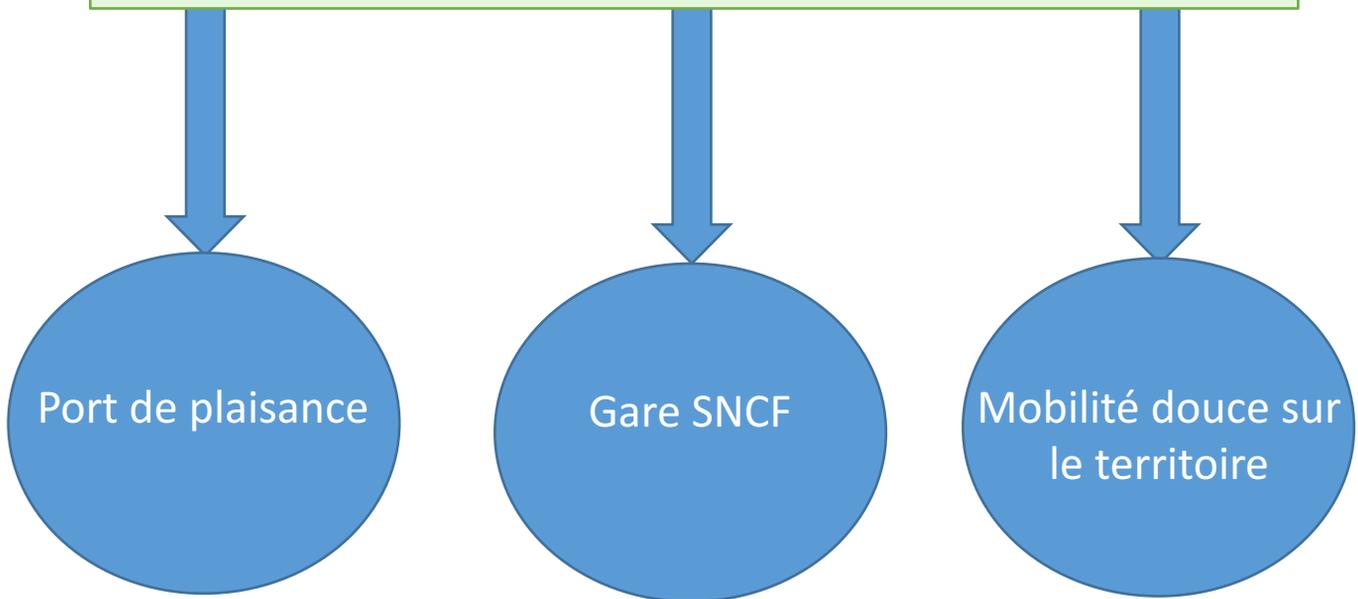
## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.13. Un nouveau modèle de connectivité mer - terre

Développer une politique touristique ambitieuse pour attirer de nouveaux publics grâce à

## un nouveau modèle de connectivité mer et terre

Accentuer les partenariats pour une plus grande valorisation de la destination Banyuls-sur-Mer



**Mobilité mer et terre vers la destination Banyuls-sur-Mer**  
**Mobilité douce sur la destination Banyuls-sur-Mer**

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.14. Une stratégie touristique marquée par des cibles clientèles bien définies

#### Segment / ciblage : les familles

*Segment présent majoritairement en haute saison*

#### Profil

Il comprend 8 000 000 de familles françaises auxquelles s'ajouteraient 20 000 000 de familles étrangères susceptibles de venir en vacances en France.

1. **Les familles traditionnelles** représentent 74% des familles.
2. **Les familles recomposées et monoparentales** augmentent et représentent respectivement 8 % et 18 % des familles.

#### Motivation / facteur d'influence

Pour les parents les attentes sont :

- Voir ses enfants heureux, passer de bons moments avec eux et aussi pouvoir se détendre et en profiter sans être inquiets pour eux (sécurité).
- Qu'ils découvrent de nouvelles activités et apprennent aussi pendant les vacances mais sans les contraintes de l'Ecole.
- Un rapport qualité prix services en ce qui concerne aussi leurs enfants.

#### Les enfants : un enjeu économique majeur

L'enfant impacte des orientations familiales en matière de consommation : Les enfants influencent près de la moitié des achats de la famille.

Les parents décident de la période, du style de vacances et de la destination, en tenant aussi compte de ce qui est proposé aux enfants.

Ils sont des prescripteurs au sein de la famille et souvent le principal vecteur qui fait entrer les innovations au sein des foyers.

Proposer des produits touristiques pour cette cible semble être un bon créneau.

L'enfant consommateur aujourd'hui est le client de demain. Séduit par une destination il revient une fois sur deux arrivé à l'âge adulte. C'est un enjeu important de plus en plus pris en compte.

<http://www.banyuls-sur-mer.com/fr/evenements/enfants>



Jeu, 6 Juillet, 2017 - Dimanche, 9 Juillet, 2017



Festa Catalana

Organisée par El Forment de la sardana Castellera, Gegants, animations musicales, concerts, sardanes, grillades, patella... Programme complet à définir.

Lire la suite

Concert Culture et patrimoine Enfants Spectacle et divertissement

Vendredi, 22 Juin, 2017



Festa de la Sant Joan

Festa Sant Joan - Feux de la Sant Joan Défilé des enfants, sardanes, ball català, feu sur la plage, accueil de nos amis d'Espolla et Rabós, castellers, banda, cobles... Programme complet à définir.

Lire la suite

Culture et patrimoine Enfants Spectacle et divertissement

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.14. Une stratégie touristique marquée par des cibles clientèles bien définies

#### Segment / ciblage : les couples sans enfants

Représentant environ 50% de la population dans la plupart des pays, les couples constituent une clientèle majoritaire qui se soucie avant tout de son bien-être et entend profiter de petits privilèges.

#### Profil

ils profitent des séjours hors vacances scolaires. 80 % des Français qui partent sans enfant privilégient les courts séjours.

#### Motivations / comportements

les thématiques sont les suivantes : découverte culturelle, spectacles, bien-être, dégustations...

#### Segment / ciblage : les Seniors

*Segment présent majoritairement en haute saison*

Les seniors étalent leurs voyages tout au long de l'année car ils ne sont plus contraints par les vacances scolaires. Importance des seniors : 30% de la population française en 2020.

Cette population qui souhaite continuer de voyager le plus souvent et le plus longtemps possible, en toute autonomie et en restant libre de choisir leur destination.

L'offre actuelle pour les seniors en matière de tourisme sur Banyuls-sur-Mer est peu développée. C'est un axe que travail clé pour les années à venir et qui va permettre d'allonger la saison touristique sur les ailes de saison.

#### Profil

- **Les masters** (personnes âgées de 50 à 65 ans): ils sont en pleine explosion démographique, il s'agit de consommateurs avertis de prestations touristiques et de loisirs.

- **Les grands seniors** de plus de 75 ans qui sont eux également en croissance, mais ils s'avèrent de moins bons consommateurs en matière de tourisme et de loisirs. Leur consommation se détourne des pratiques touristiques et de loisirs pour se concentrer sur l'amélioration de leurs conditions physiques, de leur sécurité et de leur confort.

Aujourd'hui, près de 2 Seniors sur 3 utilisent Internet.

Si de manière générale, cette génération reste moins équipée que le reste de la population sur les devices mobiles (smartphones : 34% vs 62% ; tablettes : 26% vs 32%), les personnes âgées sont quasiment au même niveau d'équipement en ordinateurs (63% vs 74%).

#### Motivations / comportements

- La principale activité des seniors en séjours est la promenade, à ne pas assimiler avec la randonnée pédestre loin derrière dans la répartition.
- Les seniors profitent de leurs séjours pour combler leurs besoins de culture. Les loisirs culturels sont ainsi très prisés par les seniors : visite de monuments, de musées, de ville, participation à des manifestations culturelles.
- Les seniors délaissent peu à peu les sports avec l'âge. On note une diminution de la pratique des sports à partir de tranche d'âge 45/54 Bien que peu pratiquée, la randonnée pédestre augmente avec l'âge, la cassure est plus tardive car elle apparaît seulement à partir de 74 ans.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.14. Une stratégie touristique marquée par des cibles clientèles bien définies

#### Segment / ciblage : les personnes handicapées

##### Profil

12 millions de français sur 65 millions sont touchés par un handicap. Parmi eux, 80% ont un handicap invisible, 1,5 millions sont atteints d'une déficience visuelle et 850 000 ont une mobilité réduite.

Ainsi l'INSEE estime que :

- 13,4% ont une déficience motrice,
- 11,4% sont atteints d'une déficience sensorielle,
- 9,8% souffrent d'une déficience organique,
- 6,6% sont atteints une déficience intellectuelle ou mentale,
- 2 à 3% de la population utilise un fauteuil roulant.

##### Motivations / comportements

- Des séjours longs : 2 semaines minimum pour 50% des partants.
- Une clientèle plutôt fidèle dès qu'elle accède

à des équipements adaptés.

- 30% des partants ont préparé seuls leurs vacances.
- Internet : première source d'information.
- Une demande : disposer d'une information fiable, prenant en compte la nature du handicap et si possible centralisée.

**L'office de tourisme est labélisé tourisme handicap (moteur, auditif et visuel).**



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.14. Une stratégie touristique marquée par des cibles clientèles bien définies

#### Créer des offres plus adaptées pour les seniors

- Proposer un contenu éditorial spécifique dédié aux seniors qui aiment voyager.
- Proposer des services associés pour faciliter le départ en vacances des seniors dans les meilleures conditions possibles.
- Mettre en place des outils d'accueil et de prise en charge dès leur arrivé.
- Privilégier les offres culturelles (musées, visites) et les activités comme la randonnée douce, la pêche, des balades en bateau..
- Privilégier les offres gastronomie : cours de cuisine, savoir-faire locaux.

#### Créer des offres adaptées aux familles (label famille plus)

- Créer des offres basées sur le jeu et les loisirs.
- Du côté des parents, un travail de réassurance est à mener.

- Une fois sur place, certains détails peuvent faire la différence : proposer des équipements pour faciliter le transport des enfants comme des poussettes.
- Proposer des offres pour les familles et si possible des offres labellisées « Famille plus ».

#### Créer des offres adaptées à une cible « handicapée »

- Rendre accessible de nombreux équipements et activités touristiques, culturelles, sportives : musées, parcs, églises, hôtels, restaurants, centres et bases nautiques sont visés et aménagés pour accueillir de plus en plus de visiteurs et touristes à besoins spécifiques.





## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.15. Les itinéraires touristiques d'excellence culturelle et numérique

L'objectif de ce plan d'action de l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre est de structurer la destination Banyuls-sur-Mer par la mise en place de produits touristiques favorisant l'itinérance culturelle, gastronomique, artisanale, patrimoniale... Mer & Terre selon les grandes thématiques d'itinérance des filières d'excellence, les 5 thématiques d'escales Odysea et les offres et les services proposés par les prestataires touristiques du territoire.

Ce plan d'action de l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre s'adresse à quatre cibles bien définies :

1. Les professionnels du tourisme présents sur le territoire ou voulant venir s'y installer.
2. Les institutions touristiques, environnementales, culturelles, gastronomiques, nautiques...
3. Les « prospects voyageurs » (Comités d'entreprise, agences de voyage, croisiéristes...).
4. L'ensemble du potentiel client (touristes, plaisanciers...) de la destination Banyuls.

Le marketing touristique est défini comme le processus de management qui permet aux organisations touristiques d'identifier les clientèles actuelles et potentielles, de communiquer avec elles pour cerner leurs besoins et influencer leurs désirs et motivations au niveau local, régional, national ou international, afin de formuler et adapter leurs produits en vue d'optimiser la satisfaction touristique et maximiser leurs objectifs organisationnels.

Le marketing touristique de l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre souhaité par la ville de Banyuls-sur-Mer vise à mettre en place un certain nombre d'actions à court ou à moyen terme pour convaincre les 4 cibles de l'attractivité de son territoire et les convaincre d'investir, de venir, de revenir, d'en faire la promotion...

Le plan marketing de l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre, selon les filières d'excellence et les 5 thématiques d'escales Odysea, aura pour objectif de rassembler l'ensemble des acteurs publics ou privés en lien avec le tourisme, l'économie, l'environnement, le nautique, la culture, la gastronomie, l'hébergement... de la destination Banyuls-sur-Mer, à travers la mise en pratique d'actions dont l'objectif sera d'améliorer sensiblement l'attractivité du territoire.

De plus, pour le territoire de Banyuls, la réalisation d'un plan marketing de l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre selon les filières d'excellence et les 5 thématiques d'escales Odysea, est essentielle pour définir son image touristique générale et en fonction des cibles clientèles que ce territoire vise.

La destination Banyuls-sur-Mer souhaite renforcer son image de destination touristique à partir des richesses de son territoire en s'appuyant sur le travail déjà fait depuis des années par les structures touristiques telles que l'office de tourisme, les prestataires touristiques... en prenant compte des attentes des cibles clientèles qu'elles souhaitent attirer.

## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.15. Les itinéraires touristiques d'excellence culturelle et numérique

#### Inventaire des grandes thématiques touristiques fondatrices - filières d'excellence et des 5 thématiques d'escales Odyssea de la destination Banyuls-sur-Mer

Cette étape permettra de mieux connaître le territoire dans son offre touristique, de mieux connaître les prestataires ainsi que leurs prestations, de mieux cerner les grands pôles touristiques et les grandes thématiques d'itinérance selon les filières d'excellence sur l'ensemble du territoire Banyuls-sur-Mer pour renforcer l'attractivité de cette destination.

Les grandes thématiques d'itinérance selon les filières d'excellence et les entreprises à valoriser (liste non exhaustive):

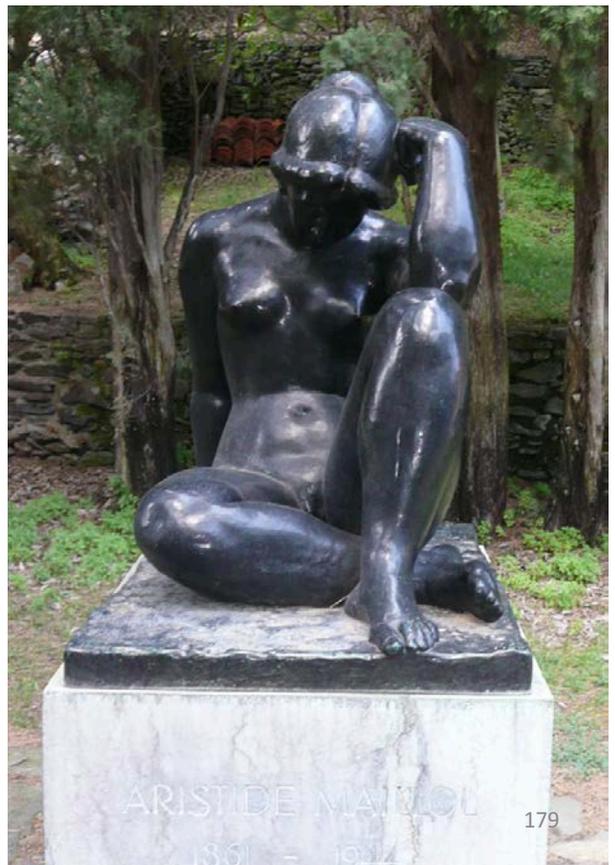
- De l'infiniment grand à l'infiniment petit.
- L'itinéraire culturel mer et terre de Banyuls-sur-Mer.
- La biodiversité marine et terrestre.
- Aristide Maillol.
- Les paysages viticoles.
- Les contrebandiers.
- L'histoire de l'olive.
- Les barques catalanes.
- Les métiers de la mer.
- La pêche.
- Walter Benjamin.
- L'identité catalane.
- ...

Il sera mis en place un inventaire touristique pour l'ensemble des thématiques

précédemment citées sur l'ensemble du territoire de Banyuls, de la Communauté de communes Albères Côte Vermeille Illibéris et à 1h dans un concept de multi-destinations.

Ce comité aura pour objectif de valider les grandes thématiques d'itinérance par leur valeur historique, patrimoniale, culturelle, environnementale, économique... dans l'objectif d'en faire des produits touristiques innovants, ludiques et uniques.

Ces thématiques mises en tourisme et en itinérance culturelle et numérique seront des axes de communication forts pour attirer de nouvelles clientèles touristiques sur la destination Banyuls-sur-Mer.



## 4. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### 4.15. Les itinéraires touristiques d'excellence culturelle et numérique

**Création de produits et d'offres touristiques selon les grandes thématiques touristiques fondatrices filières d'excellence et des 5 thématiques d'escales Odyssea de la destination Banyuls-sur-Mer.**

Cette étape aura pour objectif, à partir des phases 1 et 2, de créer de véritables produits touristiques pour la destination Banyuls-sur-Mer. Valorisation éditoriale des grandes thématiques d'itinérance selon les filières d'excellence et des 5 thématiques d'escales de la destination et des thématiques culturelles d'itinérance sur la destination Banyuls-sur-Mer (top 20, top 10, top 5 des sites à voir).

Traitements des points d'intérêt touristique et intégration des thématiques culturelles d'itinérance à valoriser dans les différents guides numériques ou papiers.

Valoriser les activités à voir et à faire par cœur de cible clientèle selon les 5 thématique d'escales Odyssea. Créer des offres pour découvrir la destination Banyuls-sur-Mer en fonction des cibles clientèles (famille, célibataire), nature ou

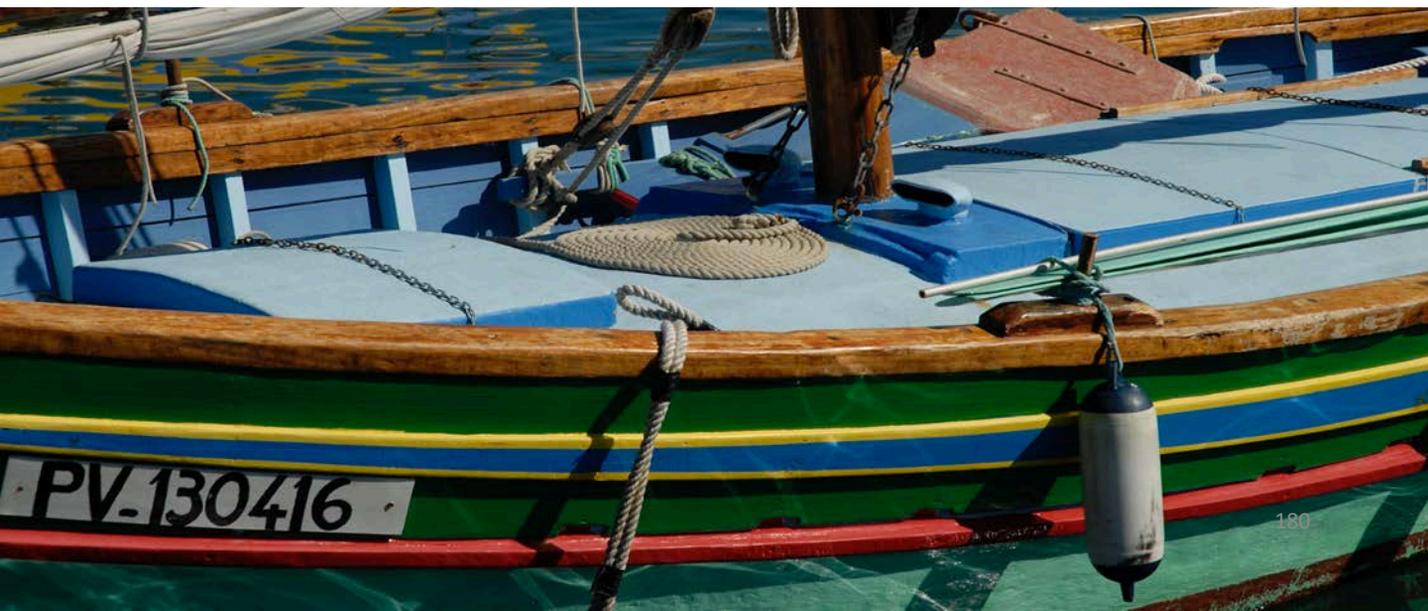
nautique, sur une durée de séjour 3, 4, 5, 6, 7... jours.

Mise en commercialisation des nouveaux produits sur le portail web de la destination Banyuls-sur-Mer.

Il est prévu pour mener à bien cette étape, un travail d'écriture des offres et des produits touristiques favorisant l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre selon les filières d'excellence et les 5 thématiques d'escales Odyssea.

Une banque d'images et des vidéos de promotion des produits touristiques favorisant l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre selon les filières d'excellence et les 5 thématiques d'escales Odyssea seront réalisées.

Cette étape sera effectuée conjointement avec les professionnels de la destination Banyuls-sur-Mer, l'Agence de Développement du Tourisme des Pyrénées-Orientales, le Comité Régional du Tourisme et des acteurs touristiques comme le Parc naturel marin du golfe du Lion.







## 5. UN PROJET STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

Sommaire	p 3
Comité de rédaction	p 4
L'objet de ce document	p 5
Document connecté 2.0	p 6
Mots clés	p 7
Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea	p 14
1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale	p 20
2. Diagnostic de territoire	p 39
3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation	p 49
4. La stratégie touristique	p 62
<b>5. Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer</b>	<b>p 182</b>
6. La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable	p 251
7. Synthèse des projets et calendrier de réalisation	p 262



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.1. Projet d'Aménagement et de Développement Durables de Banyuls-sur-Mer

**Les investissements souhaités par la ville de Banyuls-sur-Mer tels que le réaménagement du front de mer ou encore le port de plaisance s'accordent avec les objectifs fixés par le PADD.**

Le projet de territoire communal exposé dans le cadre de ce PADD dépasse le simple cadre temporel du PLU mais expose une véritable stratégie dont les fondements nécessiteront un approfondissement et une mise en oeuvre sur un temps long (plus long que celui de ce 1er PLU).

#### Les 4 axes structurants

##### **Réorganiser le fonctionnement urbain de la commune autour de la Baillaury...**

S'appuyer sur la Baillaury, ses délaissés, sa zone d'expansion des crues pour aménager un véritable parc urbain, « colonne vertébrale » des déplacements doux de la commune, trait d'union entre le Front de Mer et les quartiers Est et Ouest de la ville, support pour l'implantation de futur équipement public structurant et lieu majeur d'animations communales, de déambulation ainsi que de loisirs.

##### **Apaiser le Front de Mer et réorganiser ses usages...**

Requalifier les espaces publics du Front de Mer : cet espace constitue le cœur urbain et la centralité principale de la ville. Des Arcades au Port de Plaisance, cet espace multiplie les activités, les occupations et fonctions urbaines et concentre des usages très variés : déambulation, loisirs, restaurations et terrasses,

commerces, baignade et loisirs balnéaires, port... Cet espace constitue également un axe majeur de circulation traversant la ville du nord au sud et génère un trafic automobile important.

##### **Proposer une nouvelle organisation de la mobilité à l'échelle communale**

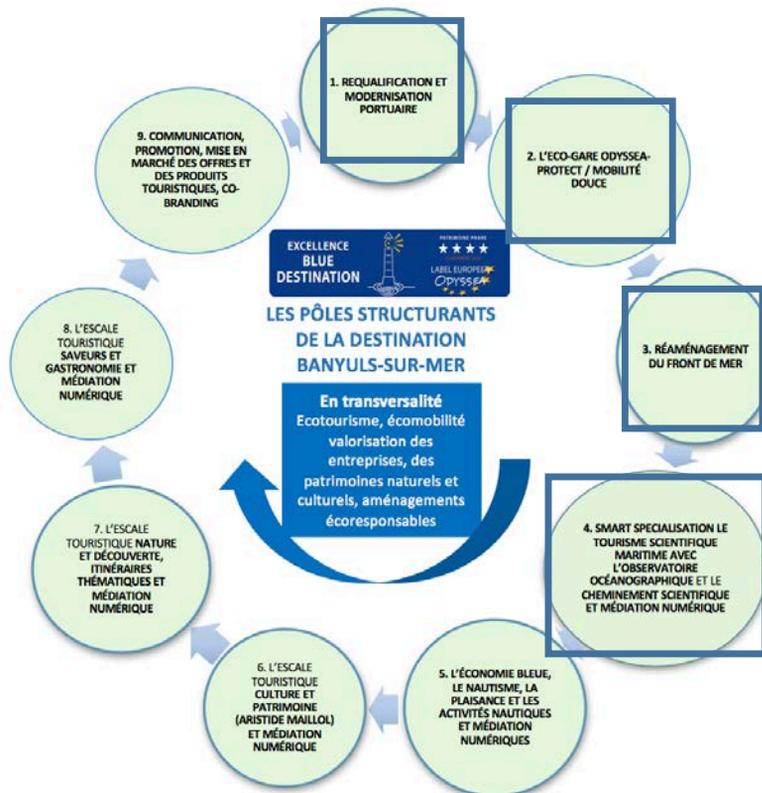
Proposer une nouvelle pratique de la ville en faveur d'un cadre de vie et d'une attractivité renouvelée : la circulation au sein de la ville constitue un véritable frein à sa mise en valeur, à son attractivité et à son image. Les flux systématiques en coeur de ville pénalisent le développement des autres modes de déplacement, impactent le paysage par une omniprésence de la voiture particulière sur les espaces publics et perturbent le fonctionnement des différentes activités qui s'y trouvent concentrées.

##### **Renforcer l'attractivité résidentielle, économique et touristique de Banyuls**

Permettre le développement de l'emploi pour fixer les populations : La commune de Banyuls-sur-Mer est une ville active dont le tissu économique est diversifié pour une commune balnéaire : agriculture renommée, tourisme, recherche, artisanat, commerces... Ce potentiel doit encore être exploité de manière à renforcer l'offre d'emplois sur la commune et attirer, fixer les actifs.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.2. Faire de Banyuls-sur-Mer, un destination touristique de référence, un exemple de requalification d'une station littorale pour la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée



**1. LA VALORISATION DU BIODIVERSARIUM**  
Structuration du parvis et cheminement scientifique

**2. REQUALIFICATION ET MODERNISATION PORTUAIRE**  
Créer un outil de développement économique au cœur de la cité

**3. RÉAMÉNAGEMENT DU FRONT DE MER**  
Renforcer l'attractivité de la ville par le lien ville-port

**4. ECO-GARE ODYSSEA PROTECT / ECOMOBILITÉ**



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.2. Faire de Banyuls-sur-Mer, un destination touristique de référence, un exemple de requalification d'une station littorale pour la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée

#### **La nécessité de créer une offre touristique adaptée, bien positionnée dans un contexte concurrentiel globalisé :**

Le tourisme constitue un secteur majeur pour l'économie française. Élaborée dans le cadre du compte satellite du tourisme, la consommation touristique intérieure (CTI), qui retrace l'ensemble des dépenses touristiques en France réalisées par les résidents et les non-résidents, s'élève structurellement à plus de 7 % du PIB.

Le tourisme constitue l'un des premiers postes exportateurs nets de notre économie : l'excédent du poste « voyages » est passé de 7,1 milliards d'euros (Mds €) en 2011 à 10,7 Mds € en 2012 (chiffre révisé) puis à 10,4 Mds € en 2013 (source : rapport annuel 2013 de la Banque de France sur la balance des paiements).

La France occupe une place de premier ordre dans le tourisme international, puisqu'elle constitue la première destination mondiale.

Les arrivées de touristes internationaux se sont élevées à 84,7 millions en 2013, après 83 millions en 2012, soit une progression de 2 %.

En matière de recettes tirées du tourisme international, la France occupe la troisième position, derrière les États-Unis et l'Espagne.

Les recettes sont passées de 41,8 Mds € en 2012 à 42,7 Mds € en 2013 (source : Banque de France), soit une hausse d'environ 2,2 %. Au total, bien qu'ayant une position forte, la France a pris conscience de l'intensité de la concurrence.

Au niveau régional et bien que les données doivent à présent être révisées et consolidées, le tourisme correspond à un enjeu économique majeur du territoire. Déjà, dans le cadre de l'ancienne région Languedoc-Roussillon, l'activité représentait 15 % du PIB et le secteur d'activité est historiquement un fort vecteur d'aménagement du territoire.

A ce jour, on estime que la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée est la 4<sup>ème</sup> région française en matière de tourisme, avec 88 000 emplois dans le secteur, 13 milliards d'euros de recettes touristiques et 181 millions de nuitées.

Le territoire touristique régional présente de nombreux atouts lui permettant d'être attractif : 215 kilomètres de littoral, 8 sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO, 2 Parcs nationaux, 1 Parc naturel marin, 6 Parcs naturels régionaux, ainsi que 10 aéroports.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.2. Faire de Banyuls-sur-Mer, un destination touristique de référence, un exemple de requalification d'une station littorale pour la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée

Malgré le fait que la stratégie touristique régionale doive faire l'objet d'un travail de définition permettant d'orienter les futures politiques publiques de la collectivité, il est possible de souligner plusieurs défis et enjeux auxquels les acteurs de la destination devront faire face et plus spécifiquement sur le littoral.

En effet, la région se caractérise par de nombreux équipements balnéaires conçus dans le cadre de la mission Racine, nécessitant à présent de vastes opérations de requalification pour répondre aux attentes des clientèles touristiques, qui se concrétiseront au travers du Plan littoral 21.

C'est aussi dans ce contexte qu'une destination authentique telle que Banyuls-sur-Mer a la possibilité de se différencier, à la fois par la nature de son bâti, de son cadre et environnement, de son offre de services et de produits touristiques, ainsi que dans les outils déployés pour valoriser ces ressources uniques en région.

Banyuls-sur-Mer a donc pour vocation, de par son identité touristique atypique dans l'offre touristique régionale, de devenir une destination d'appel régionale ou « pépite du territoire ».

D'autre part, la destination Banyuls doit aussi faire face à d'autres enjeux et tendances lourdes et structurelles du tourisme national afin de proposer un projet cohérent, efficient et répondant bien aux attentes de ses clientèles actuelles et potentielles.

Elle devra, pour se faire, capitaliser sur ses ressources pour répondre aux aspirations des clientèles pour un tourisme authentique, expérientiel et convivial ou « slow tourisme », travailler efficacement à une image et une marque de territoire pertinent et rendre lisible et visible son offre en intégrant une stratégie innovante de déploiement de l'usage des TIC, sans omettre d'offrir une offre et un accueil de qualité, objet du présent dossier technique.





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.2. Faire de Banyuls-sur-Mer, un destination touristique de référence, un exemple de requalification d'une station littorale pour la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée

La Ville de Banyuls n'a porté aucun projet d'envergure ces 2 dernières décennies. En 2008, une réflexion avait été engagée sur l'extension du port de plaisance. Cette réflexion n'avait pas donné lieu à une large concertation avec les acteurs concernés (usagers, professionnels, Services de l'Etat, etc.).

Cette réflexion avait abouti à un avant-projet (esquisse d'extension...) très décrié par la population et les professionnels nautiques en raison de sa démesure.

Cet avant-projet dénaturait le front de mer actuel (force et singularité de Banyuls en comparaison de ses villes voisines) et atteignait des dimensions exagérées qui déséquilibraient gravement l'organisation touristique de Banyuls.

Par ailleurs, son montage financier qui reposait sur l'engagement hypothétique d'un investisseur privé ne donnait pas de lisibilité à moyen et long termes et risquait de déboucher sur une situation toxique qui aurait pu obérer gravement l'équilibre financier de la Commune. La Municipalité actuelle a décidé de mettre un terme à ce projet.

L'équipe municipale d'aujourd'hui a aussi décidé de mettre un terme à cette période d'immobilisme, dénuée de toutes visions d'avenir, qui a pénalisé l'image endogène et exogène de Banyuls-sur-Mer, au regard du développement des territoires voisins

(notamment la ville de Collioure).

Elle a donc décidé de construire et de porter aujourd'hui un projet de territoire, comportant des projets structurants, et à taille adaptée, et permettant de projeter le « Banyuls » du futur, en s'appuyant sur son attractivité touristique, facteur de son développement économique, et en cherchant, autant que faire se peut à **désaisonnaliser** cette activité.

En effet, avec sa réputation mondiale pour la production de son vin, issu d'un terroir unique, le tourisme est l'activité économique (exogène) dominante et déterminante pour la ville de Banyuls aujourd'hui et encore plus pour demain.

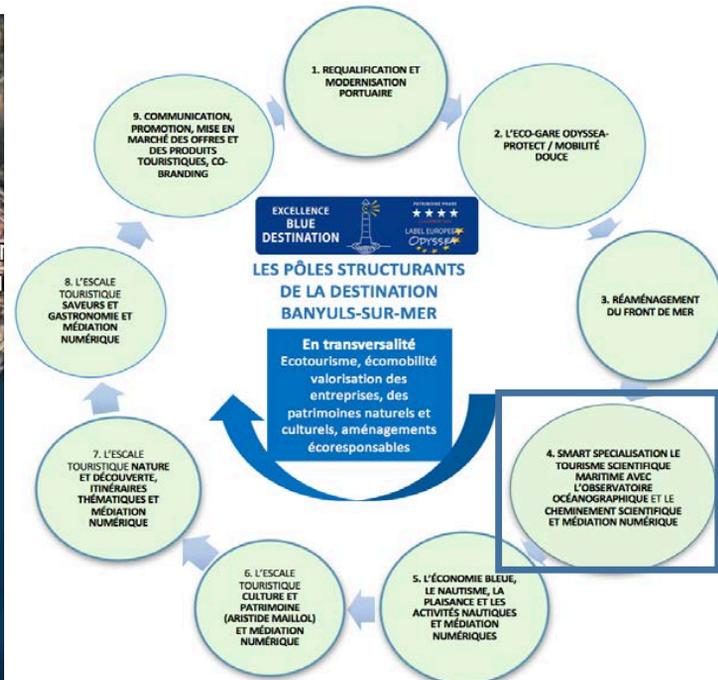
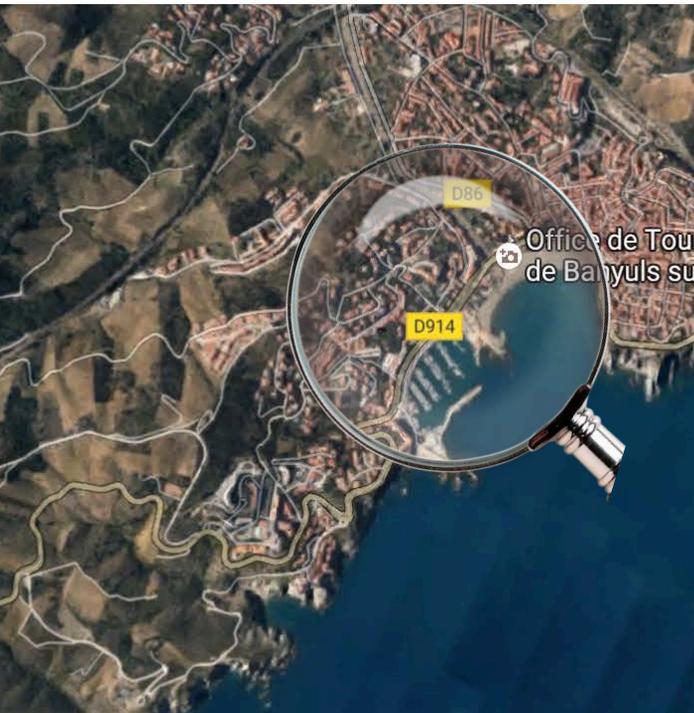
Victime d'un temps d'inertie, Banyuls-sur-Mer veut « rattraper » ce retard et s'inscrire comme un acteur à part entière dans le paysage de la Côte vermeille, en légitimant la juste place qui lui revient.

**La démarche politique qui guide, anime et impulse ce projet global repose sur du bon sens et sur une vision réaliste, à la taille des enjeux et à la taille du territoire dans l'objectif de créer en région Occitanie un pôle touristique unique en France.**

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

# Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer

## CHEMINEMENT SCIENTIFIQUE : DE L'INFINIMENT GRAND À L'INFINIMENT PETIT



De la Mairie à l'Aquarium



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

Il est nécessaire, avant l'ouverture, de refaire la voirie devant ce bâtiment pour permettre de ralentir les véhicules qui circulent sur la rue très passante, permettre un flux de public important (estimation à 100 000 visiteurs par an) et permettre le chargement / déchargement de bus qui pourront ainsi déposer les visiteurs.

Dans ce contexte, la Mairie de Banyuls a accepté de prendre en charge la réfection de la voirie « de base » mais l'idée est de profiter de ce réaménagement pour ouvrir l'aquarium et l'Observatoire océanologique sur la rue et ainsi mettre l'océanographie et la biologie marine au dehors, visibles de tous.

Un tel projet a pour objectif de donner envie aux touristes qui passent là de rentrer dans l'aquarium pour voir ce qui s'y passe et de sensibiliser ces derniers qui déambulent le long du port aux enjeux scientifiques autour de la protection du milieu marin.

La Commune joue un rôle de pivot et de facilitateur. Ainsi, elle mène une politique de réaménagement de son espace public : trottoirs aux normes pour les handicapés jusqu'en sortie d'agglomération – mise en esthétique de tous les réseaux avenue du Fontaulé – augmentation du nombre de places de stationnement du parking Miramar – réalisation d'un rond-point à l'entrée Sud de la ville pour permettre aux transports collectifs (type bus) venant de Perpignan de pouvoir faire demi-tour en toute sécurité pour amener les futurs visiteurs du nouvel aquarium.

Dans ce contexte, il incombe à la Commune de réaliser les aménagements indispensables à

l'accueil des nouveaux visiteurs, plus de 100 000 personnes par an.

Aussi, en concertation avec l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer, la Commune a élaboré un projet de réaménagement du Parvis du Biodiversarium qui allierait esthétique et sécurité.

Est prévue la création d'un plateau surélevé, dont les rampants seront placés de part et d'autre du virage. Le tourne à gauche permettant l'accès au port est conservé et marqué par des îlots en galets bétonnés pour limiter les franchissements. La vitesse des véhicules sera limitée à 30 km/h sur la zone.

Deux arrêts de bus seront aménagés en dehors des voies de circulation et seront accessibles directement depuis les trottoirs. A côté de la terrasse du restaurant, seront créés deux places de stationnement aux normes PMR.

Les circulations piétonnes pourront s'effectuer sur les deux trottoirs, préférentiellement côté Nord, qui est conforme aux normes PMR (largeur minimale du cheminement de 1,50m, avec des connexions sur la rampe menant à l'université et sur l'allée Maillol). Le parvis du Biodiversarium sera protégé de la circulation par des potelets.

Les parvis et les trottoirs seront réalisés en béton désactivé. Trois solutions sont envisagées pour le revêtement du plateau traversant : béton bitumineux noir, béton bitumineux rouge ou pavés. Les traversées piétonnes seront réalisées en pavés.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

##### Cheminement scientifique : de l'infiniment grand à l'infiniment petit.

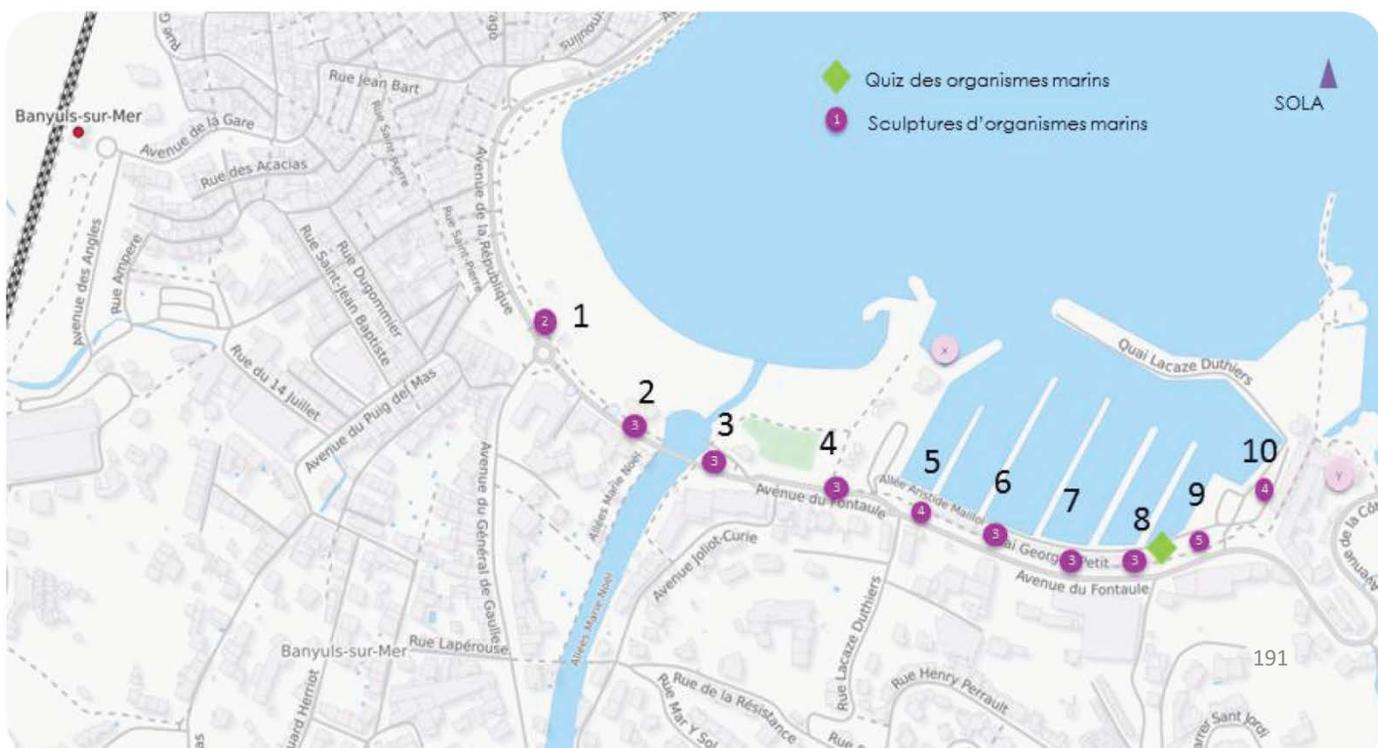
Cette balade thématique en 10 points permettra de découvrir et de sensibiliser les touristes qui déambulent le long du port aux enjeux scientifiques autour de la protection du milieu marin.

Ce cheminement renforcera l'ensemble des actions de protection et de valorisation de la mer Méditerranée et facilitera la visite de l'aquarium puisque le point d'arrivée se situe sur l'esplanade Sagols face à ce dernier. Ce cheminement scientifique s'intègre pleinement dans la logique de spécialisation touristique souhaitée par la ville de Banyuls et renforce la volonté marquée par le SCOT

Littoral Sud et son Schéma de Valorisation de la Mer qui est de renforcer la présence de l'Observatoire Océanologique de Banyuls-sur-Mer.

Une véritable stratégie touristique se structurera autour de ce produit. des guides accompagnateurs seront formés pour expliquer au gens les différents panneaux. des guides papier et numériques seront créés pour une découverte libre.

Ce cheminement et la réhabilitation du parvis du Biodiversarium s'intègrent pleinement dans la stratégie du Plan littoral 21 dans le volet de requalification des stations littorales et des ports de plaisance.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

## 10 points de présentation

1

### Mairie

Panneau explicatif du cheminement scientifique et du thème abordé (« de l'infiniment grand à l'infiniment petit »). Explications sur l'Observatoire Océanologique, etc...

Panneau en Dibond marin, à définir en lien avec la Mairie pour une cohérence avec le projet de promenade Maillol qui part également de ce point mais dans l'autre direction.

De l'infiniment grand à l'infiniment petit...  
l'exploration des mers et des océans

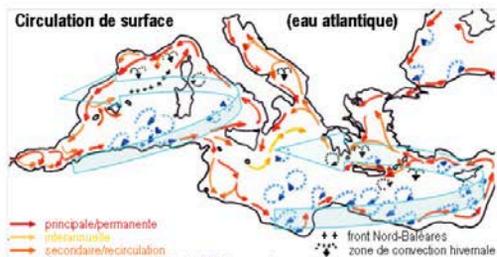


2

### Office du tourisme

Œuvre d'art présentant la terre, des équations mathématiques, des courants marins etc... de façon à illustrer l'étude globale de l'océan, les cycles biogéochimiques des océans, leur fonctionnement général etc...

Cette œuvre sera donc à compter dans la partie % artistique du Bâtiment C.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium



**3** Pont de la Baillaury

Maquette de la bouée Sola avec panneau explicatif (petite taille). Ceci permettra d'illustrer l'observation de l'océan. La bouée contiendra un flash code qui permettra aux visiteurs de lire en temps réel les données mesurées par la bouée Sola qui est facilement visible depuis le pont de la Baillaury. Le panneau montrera aussi les moyens à la mer : Néreis et plongeurs.



**4** Promenade

Mosaïque d'images de poissons méditerranéens illustrant la richesse de la faune de la Côte Vermeille.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

5

#### Promenade

Sculpture d'invertébrés marins, ascidies, gorgones, corail, éponges, etc...



© Banchinani - Septentrion Environnement



6

#### Promenade

Maquette représentant la variété des organismes du zooplancton : copépodes, larves de poisson, larves d'oursin, de mollusques, etc...



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

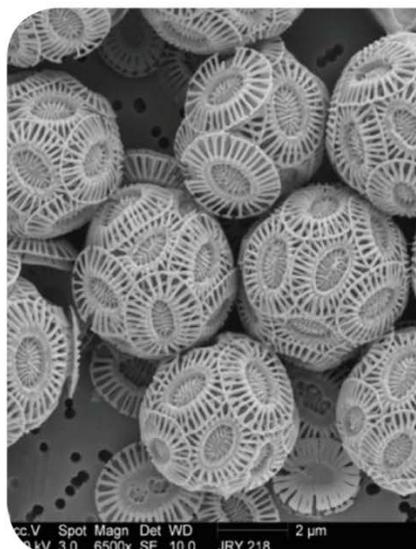
### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

#### 7 Promenade

Sculpture de micro-algue : diatomées, dinoflagelles ou coccolithophores qui permettra de discuter le rôle du plancton végétal marin.

Il faut y associer un panneau explicatif.



#### 8 Promenade

Panneau présentant des cultures de bactéries marines et les recherches menées sur les molécules d'origine marine utilisées à des fins pharmaceutiques et/ou cosmétiques.

Permettra d'expliquer pourquoi l'avenue s'appelle Pierre Fabre...

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

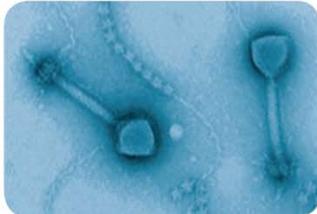
### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium



**9** Promenade devant l'aquarium

Maquette de virus marin avec sur son socle une explication courte permettant au visiteur de se rendre compte de l'extraordinaire quantité et diversité des virus présents dans l'eau de mer.



**10** Esplanade Sagols

Exposition d'été

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

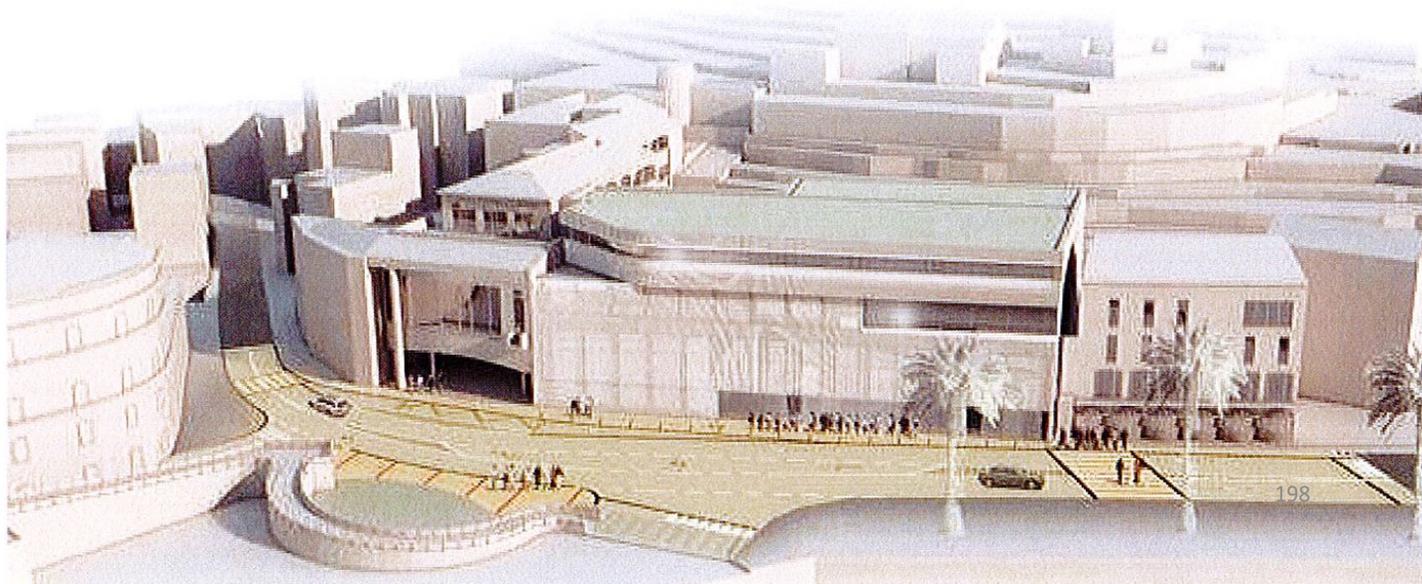
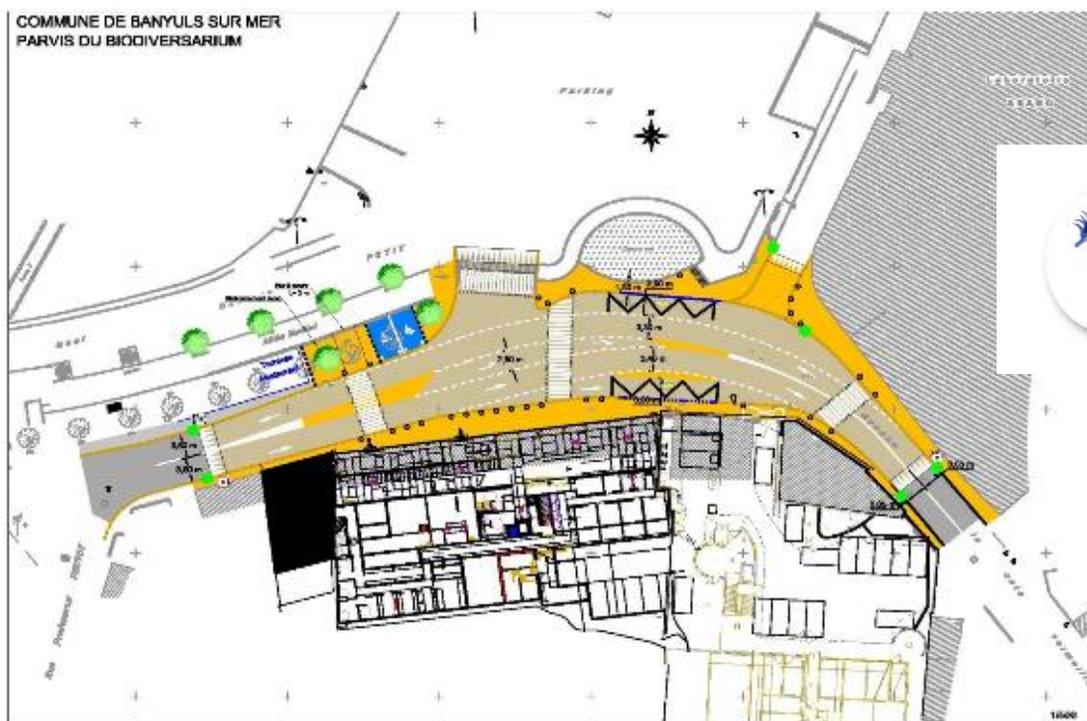


## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.3. La spécialisation intelligente (smart specialisation) - le tourisme scientifique maritime

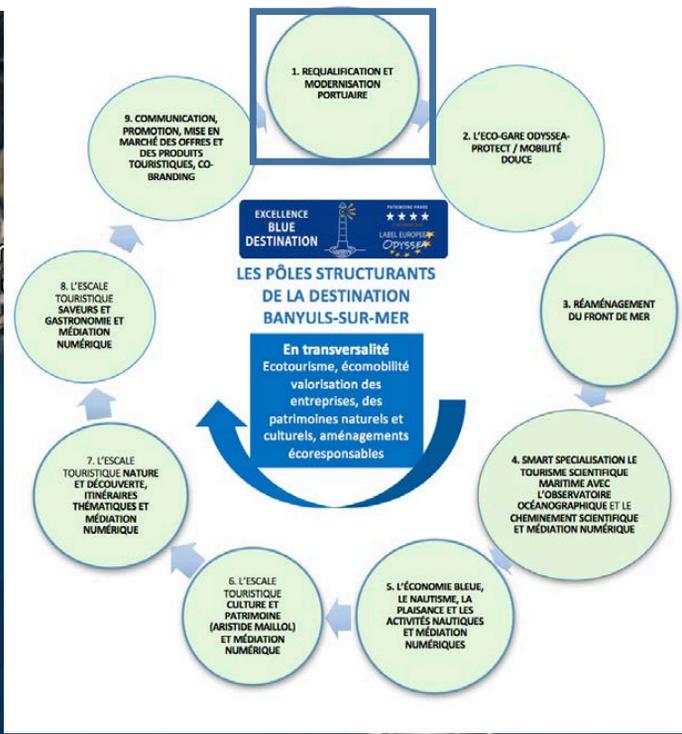
#### 5.3.1. Le cheminement scientifique et le parvis du Biodiversarium

Les défis d'une spécialisation intelligente de tourisme scientifique maritime dédié à la Méditerranée



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.1. Préambule

La plaisance est un pivot indispensable de l'ensemble de la filière mer et est la plateforme incontournable des entreprises, activités et loisirs nautiques.

Au sein des 4 000 ports que compte l'Europe, la plaisance s'est fortement développée depuis 50 ans et continue de se développer au sein des nouveaux Etats membres, au rythme d'une croissance annuelle de 2 à 3 % (source : Communication de la Commission européenne, « Croissance bleue »).

L'union européenne est devenue la première puissance maritime mondiale pour la plaisance et l'activité économique maritime (unitaire) emploie 2,35 millions de personnes au sein de l'Union.

En France, on compte environ 4,5 millions de pratiquants dans les 400 ports de plaisance recensés pour l'ensemble de la filière nautisme et cette filière économique pèse environ 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel.

Pour 100 places de ports de plaisance, on compte environ 10 emplois directs et indirects. Ces ports de plaisance sont à 78 % maritimes, 11 % fluviaux et 11 % lacustres (Source : FFPP et FIN).

Selon le SCOT Littoral Sud et son Schéma de Valorisation de la Mer, l'activité principale des ports du littoral du SCOT Littoral Sud est la **petite plaisance**, bien que certains conservent une activité de pêche de plus en plus concentrée autour des petits métiers, et que

Port-Vendres, en doublant sa capacité opérationnelle grâce à son terminal fruitier rénové, s'avère être le deuxième port fruitier français de Méditerranée en relation étroite avec le MIN Saint-Charles.

A noter que les conditions de navigation rendent complexes cette pratique de plaisance (géographie, tramontane, vent marin). Elle est pratiquée de manière individuelle (voiliers ou bateaux à moteurs) et relayée par plusieurs clubs et associations.

La location de bateaux est également en développement et représente un intérêt économique qui peut se révéler attractif dans un contexte où le nombre moyen de sorties annuelles des embarcations locales n'excède pas les 15 jours. La navigation traditionnelle en barque catalane, véritable patrimoine maritime catalan, est également représentée dans les ports et perpétuée par les clubs de llaguts de rem à Argelès-sur-Mer, Collioure, Port-Vendres et Banyuls-sur-Mer.

**La grande plaisance** (bateaux > 50 m de longueur), qui concerne quelques navires de passage, est très limitée et nécessite des infrastructures spécifiques qui font défaut au territoire. La pratique de la grande plaisance est le fait d'une clientèle extrêmement exigeante et volatile, avec un impact économique annuel limité.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.1. Préambule

Sur le SCOT du Littoral Sud, chaque port fonctionne de manière autonome par rapport à son voisin.

Les ports sont avant tout des espaces de stockage de bateaux, la fréquence des sorties en mer des plaisanciers locaux étant inférieure à 15 jours par an (Licari et al., 2004b).

Cet immobilisme entraîne une saturation rapide des équipements portuaires impliquant la création de places visiteurs pour répondre à une demande de passage, source de rentrées financières exogènes. Elles accueillent de la petite plaisance en demande d'anneaux.

A l'image de l'ensemble des ports français et méditerranéens, et malgré une capacité d'accueil conséquente, les ports de plaisance nord-catalan en général et de la Côte Vermeille en particulier sont saturés, ce qui a tendance à brider le développement de l'activité.

La Fédération Française des Ports de Plaisance aurait identifié **un besoin de 7 000 anneaux supplémentaires sur la côte du Languedoc-Roussillon** dans son ensemble.

L'absence de coordination entre ports limite cependant la fiabilité de ce chiffre. Les demandes de places à flot n'étant pas centralisées, une même demande peut être comptabilisée dans plusieurs ports différents.

Toutefois, au regard de la capacité d'accueil portuaire des cinq communes littorales du SCOT, en comparaison avec les capacités des ports des territoires voisins de l'Empordà, de la plaine du Roussillon, de la Narbonnaise et du Biterrois, et en considérant que le territoire de la Côte Vermeille est, pour les plaisanciers des ports du golfe du Lion, un territoire d'attraction pour les sorties en mer, **la création, mesurée, d'anneaux supplémentaires semble être justifiée et justifiable, ici plus qu'ailleurs.**





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.1. Préambule

---

Le scénario du mode de gestion de l'espace portuaire n'est pas aujourd'hui arrêté. La mairie de Banyuls-sur-Mer a lancé des études afin de définir son modèle de gestion.

Différentes options sont encore à l'étude dont les deux suivantes :

1. Le maintien de la gestion de l'espace portuaire par une régie municipale, apportant toutes les garanties d'une promotion des nouveaux services et de la qualité de leurs entretiens.
2. La création d'une SEMOP (Société d'Economie Mixte à Opération Unique) regroupant des acteurs publics et privés et bien sûr la Commune, en position majoritaire. Ce schéma, qui demande à être travaillé sur ses modalités pratiques et sur les fonctions dévolues aux différents actionnaires, semble adapté pour répondre au développement d'une politique commerciale efficiente et réactive, nécessaire au regard des enjeux et des résultats attendus.

Le Maire et son équipe ont toujours eu le souci d'associer les membres de la Commission et du Conseil portuaire (liste exhaustive en annexe du présent document) à la réflexion sur la projection du nouvel espace portuaire.

Le Conseil portuaire et la Commission portuaire (qui regroupent plus de 40 personnes morales et physiques) se sont réunis à de nombreuses reprises, depuis le début du projet pour prendre connaissance de son état d'avancement et des solutions et préconisations proposées.

Le projet, dans sa version actuelle a été présenté à ces instances, par Monsieur le Maire et son bureau d'études, le 20 janvier 2015.

Au terme de cette réunion, qui a permis de nouveaux échanges et des compléments d'informations, le projet a été approuvé à l'unanimité des membres présents.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.2. Présentation du port de Banyuls-sur-Mer

##### Le port de plaisance, au cœur de la ville

Le port de plaisance de Banyuls est plus qu'un port : c'est un Comptoir Culturel Maritime où se retrouvent tous les amoureux de la mer, plaisanciers, plongeurs, pêcheurs ou artistes. Situé dans la partie Est de la baie de Banyuls, à quelques pas du centre-ville, c'est un véritable lieu de vie. Venir s'y amarrer, c'est faire un premier pas vers le plaisir de la découverte du monde méditerranéen au cœur du Parc naturel marin du golfe du Lion.

Sa proximité frontalière avec la Costa Brava espagnole et sa position dans le golfe du Lion donnent au port de Banyuls une situation avantageuse pour une pratique nautique sur des destinations très appréciées par les plaisanciers.

Ainsi, Banyuls-sur-Mer est à 12 milles nautiques de Saint-Cyprien, 50 milles nautiques du Cap d'Agde, 25 milles nautiques de Rosas et 100

milles nautiques de Barcelone.

On peut aussi citer les distances pour les Baléares ou la Corse qui sont respectivement à 150 et à 250 milles nautiques...

Par ailleurs, le bassin de navigation de la Côte Vermeille est certainement le plus intéressant de tout le littoral de l'Ouest de la côte méditerranéenne française.

La côte sableuse dans la « plaine » du Roussillon présente un paysage monotone et peu attractif depuis la mer et le relief montagneux de la côte Vermeille offre des possibilités de cabotage et de mouillage dans les nombreuses criques, qui se prolongent sur la côte espagnole (Cadaquès, Cap Creus).





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.2. Préambule

##### **Le port de Banyuls, un port de services et un port tourné vers son terroir.**

Le port dispose des équipements de base : l'eau, l'électricité à quai 220 V, un parking d'une centaine de places, des blocs sanitaires, une laverie aromatique et service météo à la capitainerie actualisée et affichée tous les jours. Pour ce qui est des services, le port de Banyuls offre à ses plaisanciers la possibilité de se connecter gratuitement sur Internet grâce à une borne Wifi. Le quai d'accueil situé au quai permet à tous ceux qui pratiquent le cabotage de venir passer quelques jours à Banyuls. Le port de Banyuls est reconnu pour la qualité de son accueil et les informations données au public. Les agents de la capitainerie ont reçu une formation dans le cadre du programme Odysee qui leur permet de guider les visiteurs dans la découverte de la cité. Ils vous offrent un véritable accueil personnalisé. Ils sont à votre écoute et viennent à votre rencontre lors de votre escale pour vous indiquer votre emplacement.

Le port de Banyuls est le premier port en France à détenir la reconnaissance « Port des Terroirs » en raison de son implication dans la valorisation de son arrière-pays.

##### **Un réel lieu de vie où se côtoient acteurs touristiques, pêcheurs et artistes.**

Le port de plaisance de Banyuls-sur-Mer a la particularité d'être depuis sa construction en 1963, au centre de la vie des Banyulencs. Situé à quelques pas du centre-ville de Banyuls (5 minutes à pied), le port de Banyuls fait partie intégrante du village. Il est comme embrassé par ce dernier. Accolé à la plage centrale, il se trouve dans la continuité du front de mer, zone de vie et d'activité de Banyuls. Il est un réel lieu de vie récemment rénové où plaisanciers, pêcheurs, associations locales, clubs de plongée, de location de kayak, de bateaux, acteurs du tourisme proposant des activités de loisirs nautiques se côtoient quotidiennement. Il y a même des artistes amoureux de la mer qui ont dédié leur passion à la grande bleue. La construction d'un promenoir offre une vue magnifique sur le port de plaisance de Banyuls et donne directement accès à l'Aquarium. Vous pourrez aussi voir les pêcheurs banuylencs. Sur les allées Maillol, vous pourrez y admirer l'une de ses œuvres : la statue de « la jeune fille allongée ». En vous rendant sur la jetée, vous découvrirez le monument aux morts, œuvre d'Aristide Maillol, avec une vue exceptionnelle sur la baie de Banyuls.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.2. Une requalification et une modernisation nécessaires

Tout d’abord, un constat de force légitime la valorisation et la restructuration du port de plaisance : **sa saturation actuelle.**

En effet, en période estivale, son taux d’occupation atteint le maximum autorisé (90 % en juillet et 100 % en août) et 157 demandes sont non satisfaites, aujourd’hui (110 demandes pour des bateaux d’une longueur inférieure à 9 mètres et 47 demandes pour des bateaux aux longueurs situées entre 9 et 15 mètres).

Plus globalement, 400 demandes sont inscrites sur des listes d’attente entre Port-Vendres et Banyuls-sur-Mer et aucun port n’est en mesure d’y répondre. Cette liste d’attente ne répertorie pas les demandes de plaisanciers, propriétaires de bateaux d’une longueur supérieure à 16 mètres, dans la mesure où le port, dans sa configuration actuelle, n’est pas adapté pour cette dimension. Toutefois, les services de la capitainerie enregistrent ponctuellement (et de

plus en plus fréquemment) ce type de demandes exprimées par des plaisanciers attirés par le charme naturel de Banyuls et de la Côte Vermeille.

Il est donc très raisonnable de prendre en compte cette demande, dans la projection d’une restructuration du port de plaisance, pour répondre à la demande de cette clientèle, financièrement aisée de surcroît, qui souhaite, pour le moins faire escale à Banyuls-sur-Mer afin d’y découvrir son terroir et son cadre apaisant.

Aujourd’hui, cette clientèle potentielle est donc contrainte de se diriger vers d’autres destinations (Costa Brava espagnole...), aux conditions d’accueil plus adaptées.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.3. Une requalification et une modernisation nécessaires

La restructuration, telle que prévue, permettra la mise en service de **50 places supplémentaires**, dont certaines seront réservées à des bateaux d'un plus gros tonnage. Cette restructuration portuaire permettra de résoudre un problème actuel qui est que le port est vide à 50% durant la période hivernale en raison de sa construction actuelle.

A noter que les données de l'observatoire des ports de plaisance, du ministère de l'Ecologie et du Développement durable, ainsi que les études régionales, mettent en exergue, dans une enquête menée en 2012, des manques d'emplacements qui pourraient avoisiner les 4 427 anneaux pour la région Languedoc-Roussillon. Ces chiffres viennent avec évidence, appuyer et renforcer les orientations du projet.

Ainsi, la conjugaison de l'ensemble de ces données affirme le bien-fondé de la valorisation et de la restructuration de l'espace portuaire de Banyuls, qui s'appuie sur une réalité objective et qui aura aussi pour conséquence, des retombées économiques et commerciales qui profiteront au rayonnement, à court terme, de Banyuls (dont la création d'emplois directs et indirects).

Le port de plaisance se situe au centre de gravité du développement touristique et constitue la véritable porte d'entrée du territoire qui, grâce à des améliorations techniques pertinentes, permettra d'améliorer la qualité de l'accueil et créera une nouvelle identité nautique redynamisant le site.

Le projet du nouvel espace portuaire est donc un équipement structurant, situé en entrée Ouest de la ville, qui s'intègre complètement dans le projet plus global du territoire de Banyuls-sur-Mer.

**Le port de plaisance est un vecteur majeur de ce projet territorial, voulu par la Municipalité, et qui comprend, entre autres, l'aménagement et la valorisation du front de mer (chapitre précédent). Un projet qui s'inscrit parfaitement dans le concept « Green and Blue » qui a pour finalité de construire les conditions idéales pour un équilibre harmonieux entre les espaces bleus (eau et mer) et les espaces verts (aménagement global du foncier contigu à la mer).**



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.3. Une requalification et une modernisation nécessaires

La réflexion de la Ville de Banyuls-sur-Mer est fondée sur les approches combinées :

- **Du manuel d'ingénierie touristique, Région Languedoc-Roussillon**, réalisé en partenariat avec la Caisse des Dépôts, en 2012.
- **Du programme régional pour la valorisation touristique des destinations portuaires** (décrit dans le document « schéma régional de développement touristique » issu de la délibération du Conseil Régional Languedoc-Roussillon du 19/07/2013).
- **Le Schéma de Cohérence Territoriale du littoral Sud (SCOT) et son Schéma de Valorisation de la Mer (SMVM)** approuvé le 28/02/2014.
- **De la Charte Sud de France Nautique** (Méthodologie de projet pour l'aménagement et le développement durable des ports de plaisance maritimes, fluviaux et lacustres en Languedoc-Roussillon, réalisée conjointement par l'Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon et le Conseil Régional).
- **Les grands axes stratégiques du Plan littoral 21** (le volet aménagement, le volet économique, le volet touristique de requalification des stations littorales et des ports de plaisance, le volet environnemental).
- **Le Livre Blanc Odyssea.**
- **La stratégie de la Commission européenne concernant le Tourisme maritime et côtier.**

développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer » est de présenter les enjeux et les caractéristiques du nouvel espace portuaire de Banyuls au travers des schémas méthodologiques cités en amont. Cette réflexion se situe plus largement dans le cadre de la stratégie européenne UE 2020, qui prône une croissance intelligente et durable et du Plan littoral 21 que met en place la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.

En effet, la mise en perspective de l'aspect purement technique des travaux portuaires au travers d'une vision « développement tourisme » permet de mettre en vis-à-vis les ressources, les objectifs et les moyens, afin de souligner les enjeux de la réhabilitation des infrastructures portuaires au regard des potentialités de développement économique et touristique qu'elle est susceptible d'apporter.

Nous aborderons, dans un premier sous-chapitre, les différents volets de modernisation de l'espace portuaire de Banyuls-sur-Mer, au travers de la stratégie régionale.

Dans un second chapitre, nous synthétiserons les données précédentes afin de retrouver les 4 axes de la charte Sud de France Nautique, et leur articulation avec les travaux portuaires.

Enfin, un dernier chapitre sera consacré à la présentation technique de tous les travaux proposés, associée à leur évaluation financière.

L'objectif de cette partie « 5.3. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.3. Une requalification et une modernisation nécessaires

La Région Languedoc-Roussillon a longtemps œuvré à l'accompagnement et à la promotion du développement des villes portuaires. Elle a développé une démarche d'analyse autour de 7 principes constituant des objectifs d'orientation.

Ci-après les travaux relatifs à l'espace portuaire au travers de ces objectifs d'orientation afin de démontrer que les aménagements envisagés au niveau du port s'intègrent parfaitement dans la stratégie régionale liée au Plan littoral 21 mais aussi aux stratégies nationales et européennes.

1. Optimisation de la capacité des ports pour une optimisation des conditions d'accueil des plaisanciers.
2. Valorisation des ports touristiques avec montée en gamme des services.
3. Politique d'ouverture des ports vers la ville.
4. Développement de l'attractivité du port en diversifiant les produits proposés.

5. Intégration de l'environnement aux stratégies de développement du port.
6. Création, amélioration et dynamisation des commerces dans l'espace portuaire.
7. Communication autour du concept ville/port.





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.3. Une requalification et une modernisation nécessaires

Le projet de l'espace portuaire n'a pas vocation à devenir une plate-forme technique d'importance (réparations lourdes, vente de bateaux, accastillage, etc.). Les plaisanciers se rendent dans les ports voisins comme Port-Vendres ou Argelès pour ce type de services.

En raison du périmètre de l'espace portuaire et de ses contraintes, et des choix des élus sur le projet global de territoire, Banyuls-sur-Mer souhaite garder à son port une **finalité touristique** avec des produits nautiques adaptés (club de plongée, location de bateaux et/ou jet ski, échoppes artisanales, etc.).

Toutefois, le projet d'aménagement et de valorisation de l'espace portuaire comprend aussi l'amélioration des services apportés aux plaisanciers, comme :

- ✓ Une nouvelle capitainerie – Comptoir Culturel Maritime, au moyen de la construction d'un nouveau bâtiment (conception HQE) à usage polyvalent, qui abritera, entre autres, un bureau d'information touristique, faisant fonction « d'office de tourisme bis ».
- ✓ La création d'une zone d'entretien et de réparation (légère) des bateaux. Cette zone technique sera équipée d'un réseau de collecte et de traitement des eaux de carénage.
- ✓ L'implantation d'une station d'avitaillement

temporaire, pour la saison estivale, qui sera très appréciée par les usagers, aujourd'hui contraints de se rendre en Espagne pour leurs besoins en carburant.

- ✓ L'aménagement de la digue ouest qui permettra, à l'échéance des travaux, de conforter l'activité des pêcheurs et la pratique matinale d'une « vente à la criée ». On peut imaginer, que cette pratique quotidienne de vente en direct du poisson sur les étals requalifie, à l'usage, l'appellation de la digue ouest en « quai des pêcheurs ». De plus cette digue aura pour rôle de protéger la ville de Banyuls-sur-Mer en cas de risque de submersion.
- ✓ La rénovation et la requalification du quai « Georges Petit » en repensant et en élargissant son cheminement, pour créer un nouveau linéaire de promenade « **au fil de l'eau** », devenant ainsi un des maillons essentiels de la liaison douce « ville-port » souhaitée (en complément de l'aménagement piétonnier et du cheminement lent sur le front de mer). La fonction importante de transition douce, entre le port et le centre-ville, que remplira ce quai, après sa requalification, respectera l'équilibre urbanistique actuel et valorisera l'image des commerces déjà présents en ce lieu.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.3. Une requalification et une modernisation nécessaires

Les solutions techniques proposées et retenues par l'équipe municipale prennent en compte **la préservation de la biodiversité et de l'environnement marin**.

Les ouvrages proposés s'appuient sur des procédés techniques qui garantissent la protection de la faune et de la flore marines existantes (**herbiers de Posidonies, protection des juvéniles, etc.**), à l'image de la technique de verticalisation qui sera employée pour la construction du musoir sur la digue centrale.

Certains de ces ouvrages (technique innovante d'enrochements) facilitent même son développement.

Ainsi, chaque ouvrage amortisseur fonctionne, partiellement ou en totalité, comme un récif (artificiel) avec l'emploi de matériaux naturels favorisant les accrétions et des porosités compatibles avec la création de caches et de niches pour les jeunes populations de poissons.

La problématique du phénomène d'agitation est traitée en ayant recours à des ouvrages amortisseurs complémentaires, à l'intérieur du port, afin de créer un système hydrodynamique de tranquillisation du plan d'eau et dans le but d'atteindre des « clapots » aux normes standards.

Autre exemple, dans le registre de la protection du milieu naturel : et prévu dans le dossier technique, l'implantation d'une station de pompage pour le traitement des eaux usées et des eaux de cale des navires, dans le but de garantir pour l'espace portuaire, la qualité de l'eau de son bassin et l'absence de rejet direct non traité.

Le projet prend en compte la question de la transition énergétique, au moyen, pour exemple, des solutions proposées pour l'éclairage de l'espace portuaire (énergie solaire pour le balisage lumineux) ou pour l'alimentation de la protection cathodique des ouvrages métalliques vis-à-vis de la corrosion.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.3. Une requalification et une modernisation nécessaires

**Accueillir des plaisanciers, résidents ou en escale, c'est avant tout leur offrir des infrastructures sécurisées, avec un bon niveau de confort** au regard des standards de l'AIPCN (Association Internationale Permanente des Congrès de Navigation).

La situation est bien différente aujourd'hui au port de Banyuls-sur-Mer : infrastructures dégradées par le temps et les intempéries ; pontons ne pouvant plus être exploités dans des conditions de sécurité raisonnables ; agitation du plan d'eau importante n'autorisant qu'une exploitation saisonnière du bassin.

Les difficultés sont nombreuses mais la Commune a la volonté de faire évoluer la situation afin de dynamiser l'activité portuaire, développer à l'année l'animation commerciale et les services associés au nautisme et améliorer la qualité des services aux plaisanciers.

La réponse est simple : des travaux de modernisation du port de Banyuls-sur-Mer sont nécessaires dans plusieurs domaines :

- Amélioration de la protection du port : prolongement et restructuration des digues.
- Réduction de l'agitation du plan d'eau en différents points stratégiques du port.
- Réhabilitation des infrastructures dégradées.
- Modernisation des quais et implantation de bâtiments ouverts sur des animations plurielles.
- Création d'une véritable zone d'entretien et de réparation navale.

**Il est à noter que le projet ne modifie pas les conditions d'approche du chenal, il n'y a donc pas de modification par rapport à l'état actuel, les activités liées au nautisme et les activités balnéaires pourront ainsi perdurer sans nuisance.**



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.3. Une requalification et une modernisation nécessaires

#### LE PLAN LITTORAL 21

LE PORT, LA CONNECTIVITÉ, L'AMÉNAGEMENT ET L'ÉCOMOBILITÉ, L'ENVIRONNEMENT AU CŒUR DE LA RELATION MER, VILLE & TERRITOIRE, ÉCONOMIE TOURISTIQUE, PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Le port et la culture au cœur de sa relation mer – port et territoire, la coopération et création de l'itinéraire culturel des voies bleues navigables, le long des routes historiques et contemporaines.

*Autour du port, des projets intégrés de croissance bleue où le territoire portuaire concrétise la géographie et le territoire de projets de plusieurs enjeux stratégiques*

Le port et la qualité : service, accueil, offres... la formation des acteurs concernés.

Le port, l'économie au cœur de la relation mer, voies navigables, ville & territoire en lien avec les acteurs professionnels et l'organisation d'un nouveau cluster des entreprises du tourisme bleu.

Le port comme produit touristique et d'innovation au service de l'attractivité des destinations et dans la défense de la biodiversité.

Le ports à énergie positive pour la croissance verte et bleue, des ports de plaisance engagés dans la transition énergétique et écologique.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Le volet technique du port

##### 5.4.3.1. Plan actuel

La planche ci-après présente le port de plaisance dans sa configuration actuelle.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaires

##### 5.4.4.2. Etat actuel du port

Ouvrage	Etat de l'existant
Digue du large	La géométrie de l'ouvrage est mal adaptée pour assurer la protection de la passe et du plan d'eau vis-à-vis des houles du large en raison d'une longueur insuffisante de l'ouvrage au niveau du musoir.
Digue de protection de l'aire de carénage	La digue de protection de l'aire de carénage, située à l'enracinement de la digue du large présente un niveau d'arase insuffisant et une pente du talus trop raide ce qui engendre des franchissements importants empêchant une exploitation optimale de l'aire de carénage.
Digue EST	La digue EST présente un défaut de conception qui engendre des débits de franchissement importants et ne peut donc pas assurer pleinement son rôle de protection de la zone de carénage.
Pontons	Les études de diagnostic ont permis de statuer quant à la vétusté des 5 pontons qui présentent des problèmes de sécurité récurrents depuis 2008. Ces désordres se concentrent essentiellement au niveau des tabliers bétons, les pieux supports des chevêtres sont dans un état correct et les chevêtres ne présentent pas de défauts patents.
Quai Nord (Quai des pêcheurs)	Cet ouvrage présente une dégradation générale et en particulier un désordre structurel qui se caractérise par un déversement généralisé du quai. On peut observer au niveau du couronnement un décollement linéaire, des fissures et affaissements importants dans le terre-plein arrière. De plus, ses équipements sont vétustes (bollards manquants ou corrodés).
Quai Georges Petit	Le quai en enrochements sur lequel sont enracinés les pontons, trop sollicité par le clapot, est endommagé. Des affouillements à l'arrière de la protection en enrochements du talus ont été constatés. (Angle sud-ouest en particulier) Ces affouillements provoquent une déstabilisation du terre-plein qui se traduit par des effondrements localisés. Chaque année des travaux de rechargement en béton ont lieu qui s'avèrent insuffisants en raison du niveau d'agitation du bassin portuaire. Le talus en enrochement est colmaté (sédiments et béton) et son caractère amortisseur s'est amoindri.
Aménagement de la passe et optimisation de la contre-jetée	La géométrie de la passe d'entrée n'est pas optimisée et ne permet pas de réduire suffisamment l'agitation dans le chenal qui affecte la totalité du bassin portuaire. Pour résoudre ces problèmes d'agitation et permettre la totale exploitation du plan d'eau dans des conditions normales de confort et de sécurité, il est impératif de revoir la géométrie de la contre-jetée.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Le volet technique du port

##### 5.4.4.3. Les grandes orientations d'aménagements

Suite à ce constat, la Commune a engagé une réflexion globale sur la mise en œuvre d'aménagements :

- Garantissant une protection du plan d'eau et une maîtrise de l'agitation, par tempêtes ou forts clapots, compatibles avec une occupation permanente des anneaux ;
- Intégrant une augmentation de la capacité du port dans la limite des prescriptions du SCOT ;
- Apportant une qualité d'accueil et de services aux plaisanciers conforme aux exigences des labels de référence en matière de plaisance ;
- Générant une pluralité d'activités tant dans le domaine portuaire (gestion du port, entretien et réparations des bateaux, offres de service, gestion des parkings...) que dans les activités annexes liées au tourisme induit (restauration, stands, commerces...)
- Intégrant les problématiques de développement harmonieux du territoire de la façade littorale à l'arrière-pays, au travers de l'application du référentiel charte Sud de France nautique.

La Commune est consciente que cette réflexion doit être globale mais que la réalisation des travaux retenus devra être réalisée par phases, afin de bien appréhender toutes les contraintes et faire évoluer le projet dans les bonnes directions.

Sur la base de la synthèse des problématiques identifiées ci-avant pour la protection du port, et en prenant en compte les nécessaires considérations de développement durable, les quatre grands axes de réflexion.

#### La maîtrise de l'agitation du plan d'eau par :

- ✓ La modification et la recherche de l'efficacité optimale de la digue du large en particulier au niveau du musoir ;
- ✓ L'extension de la contre-jetée ;
- ✓ L'amélioration de l'amortissement du quai Georges Petit et sa couverture piétonne ;
- ✓ L'amélioration de l'amortissement de la houle à l'extrémité du terre-plein Méditerranée ;
- ✓ La mise en place en tant que nécessaires d'autres dispositifs d'amortissement.

#### Les autres aménagements portuaires assurant la sécurisation du port :

- ✓ La reprise du quai des Pêcheurs ;
- ✓ La protection de l'aire de carénage toute l'année ;
- ✓ La remise en état des pontons.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Le volet technique du port

##### 5.4.4.3. Les grandes orientations d'aménagements

#### Le développement d'un projet écoconception :

- ✓ Préservation des herbiers existants ;
- ✓ Création de récifs artificiels intégrés aux nouveaux ouvrages, pour favoriser la préservation et le développement des juvéniles ;
- ✓ Mouillages propres sur catways dans les zones sensibles aux abords des herbiers ;
- ✓ Les aménagements liés à la protection du milieu naturel et en particulier :
  - création d'une station de pompage des eaux grises et noires,
  - mise aux normes de l'aire de carénage,
  - création d'un nouveau point propre pour la collecte et le tri des déchets.
- ✓ Utilisation d'équipements HQE ;
- ✓ Mise en œuvre de dispositifs en faveur de l'emploi d'énergies renouvelables.

En effet, le programme Odyssea, en privilégiant la qualité environnementale des ports de plaisance, encourage les communes portuaires à :

- ✓ Développer des techniques particulières voire exemplaires en matière de développement durable ;
- ✓ Unir le monde du tourisme et de l'environnement ;
- ✓ Créer des offres et des produits écotouristiques mêlant patrimoine local, espaces naturels, escales culturelles et gastronomiques ;
- ✓ Favoriser l'écomobilité touristique liant le port, la ville et l'arrière-pays ;

La Commune de Banyuls-sur-Mer croit à la nécessité du lien terre-mer.

#### Les autres aménagements portuaires :

- ✓ Une nouvelle capitainerie, associée à un office du tourisme ouvert à tout type de public : le Comptoir Culturel Maritime (HQE) ;
- ✓ Une aire d'avitaillement mobile et/ou temporaire.

#### L'implication de la Commune dans la démarche Odyssea.

La Commune de Banyuls-sur-Mer souhaite s'intégrer dans la démarche ODYSSEA, dans la lignée d'autres ports de plaisance d'Occitanie.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Le volet technique du port

##### 5.4.4.3. Les grandes orientations d'aménagements

La réalisation des travaux projetés va permettre une augmentation de la capacité d'accueil de 50 places supplémentaires et surtout une continuité de l'activité de plaisance toute l'année.

La gestion propre du port implique donc un renforcement des équipes.

La Commune souhaite également affecter le personnel nécessaire pour :

- Développer la qualité de l'accueil par la prise en charge de tout nouveau plaisancier, dès son arrivée au port par un agent du port ;
- Garantir le bon aspect extérieur des quais et maintenir la propreté du plan d'eau ;
- Assurer la maintenance des nouveaux systèmes de collecte et de traitement des effluents et résidus de l'aire de carénage, du parking Méditerranée et des voies circulées ;
- Assurer l'évacuation des déchets collectés et la maintenance du point propre ;
- Proposer des services améliorés ou nouveaux :
  - ✓ Station de pompage fixe pour la collecte des eaux grises et noires ;
  - ✓ Le développement du nombre de sanitaires de douches ;
  - ✓ L'accès internet WIFI ;
  - ✓ Un local pour la laverie ;

- ✓ La gestion d'un nouveau « Point Propre » des déchets avec bacs de tri sélectif et espace déchetterie, la gestion des déchets dangereux (peintures, solvants...) ;
- ✓ Une station d'avitaillement temporaire ;
- ✓ Un point relais pour le courrier et les colis, donc globalement un renforcement d'effectif.

L'accroissement du nombre de plaisanciers fréquentant le site permettra également le développement d'activités péri-portuaires sur l'aire de carénage (entretien et réparation, nettoyage...), et d'activités annexes de commerces et de restauration liées au séjour des plaisanciers et des touristes en général.

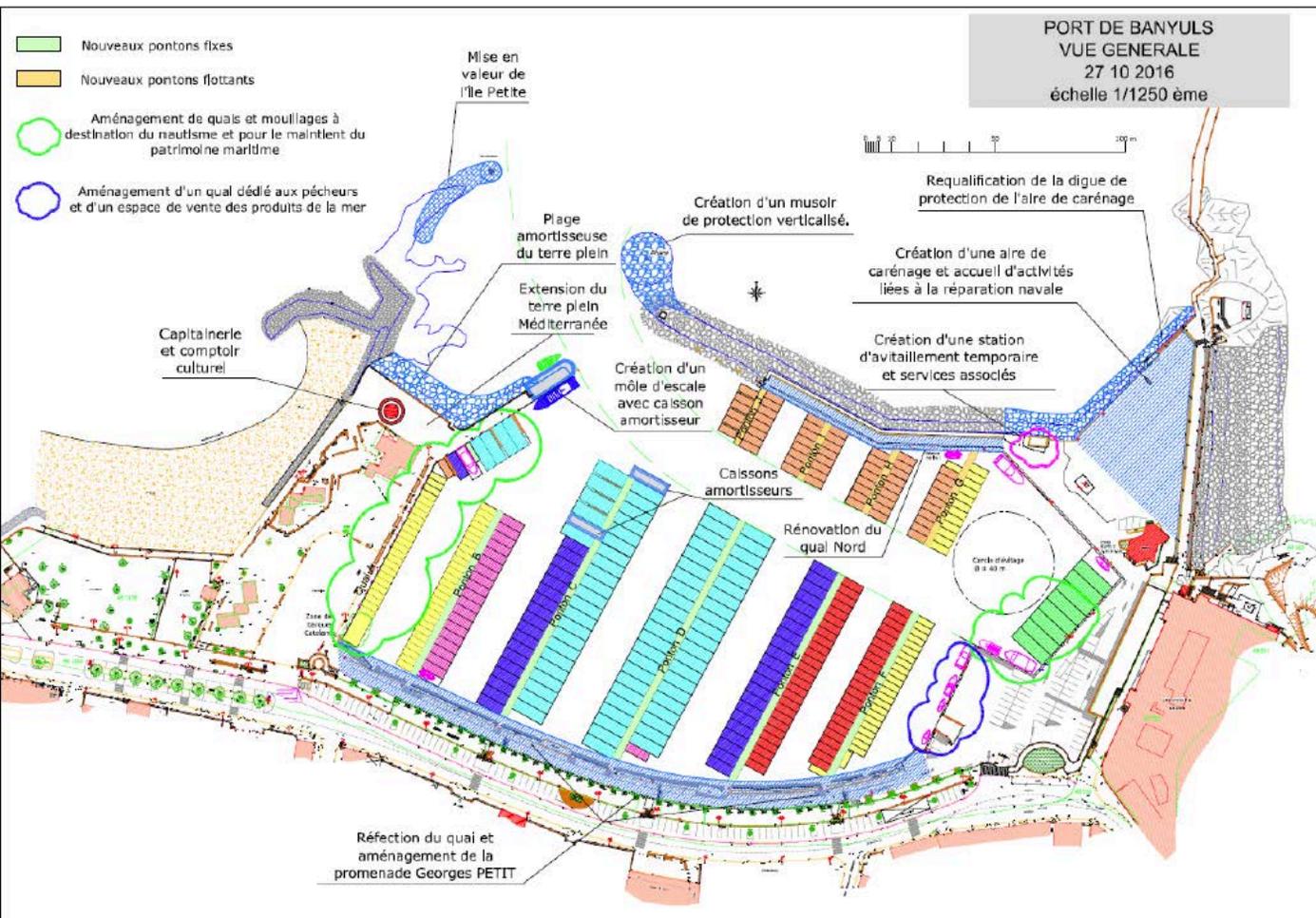
**L'essor économique projeté conduit à la création d'une cinquantaine d'emplois directs et indirects.**

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaires

##### 5.4.4.4. Plan du nouveau port





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaires. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4 Une requalification et une modernisation nécessaires

##### 5.4.4.5. Optimisation de la capacité d'accueil des plaisanciers

Le port de plaisance, situé en porte d'entrée (Ouest) du territoire de Banyuls, date des années soixante et certaines de ses infrastructures se sont dégradées avec le temps et en raison des intempéries violentes qu'il a subies cette dernière décennie.

Aujourd'hui, l'état général de ses équipements affecte les activités qui gravitent au sein de son périmètre. Il ne permet pas à l'espace portuaire de remplir son rôle phare de développement économique et touristique, qui devrait aussi s'appuyer et être couplé aux activités de recherches scientifiques conduites par l'Observatoire Océanologique.

Le dossier technique (réalisé par le bureau d'études « Pierre Louis ») projetant le nouvel espace portuaire, en incluant sa valorisation et son extension, ainsi que la « neutralisation » des phénomènes d'agitation et de clapots, s'inscrit dans le périmètre actuel de l'activité portuaire.

Il ne défigure et n'altère en rien l'architecture et la perspective du front de mer (la signature visuelle de Banyuls-sur-Mer).

Ce dossier technique exprime un **projet raisonné**, adapté à l'échelle de la ville de Banyuls. Il respecte la volonté municipale qui revendique et défend, avec intelligence, **l'authenticité de son territoire et la préservation des espaces naturels (terre et mer)**.

Il est d'ailleurs intéressant de souligner que le département des Pyrénées-Orientales est le deuxième, après le département de l'Hérault, dans le classement national du palmarès de l'écologie. Ce très bon classement confirme l'importance que les communes des Pyrénées-Orientales (dont Banyuls-sur-Mer) accorde à la question écologique et par voie de conséquence, au développement durable.

Cette préoccupation n'est pas liée à une tendance conjoncturelle, elle est **omniprésente et reflète le souci constant de ses habitants de protéger et de préserver leur patrimoine naturel et sa grande qualité**.

On se doit aussi de rappeler que le port de plaisance se situe dans le périmètre du Parc naturel marin du Golfe du Lion et que la ville s'engagera dans la démarche **Ports Propres** qui est la seule démarche de Gestion Environnementale Portuaire à destination des ports de plaisance, certifié AFAQ AFNOR « Ports Propres ».



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4 Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.5. Optimisation de la capacité d'accueil des plaisanciers

Objectifs d'orientation	Correspondance Charte Sud de France Nautique	Orientations du projet de réaménagement de l'espace portuaire	Travaux portuaires associés
Optimisation de la capacité des ports pour optimisation des conditions d'accueil des plaisanciers	Volet économique - Développement des services aux plaisanciers	Sécurisation du plan d'eau vis-à-vis de l'agitation dans le but d'atteindre les standards internationaux en termes de confort et de sécurité	Musoir verticalisé de la digue du large : allongement de la contre-jetée ; implantation de caissons amortisseurs ; renforcement et aménagement des digues existantes ; reconstitution de la fonction d'amortissement du quai Georges Petit et création d'un îlot artificiel (reconstitution de l'île petite)
		Requalification des infrastructures avec prise en compte de l'accessibilité PMR	- Reconstruction du quai Georges Petit et requalification du quai des pêcheurs - Changement des tabliers et renforcement de tous les pontons - Changement de réseaux de desserte de l'enceinte portuaire

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.6. Valorisation des ports touristiques avec montée en gamme des services

L'amélioration de la qualité des services apportés aux usagers, en plus de la sécurité, est un gage de fidélisation des clientèles d'escale et d'augmentation de la fréquentation, qui profitera à l'ensemble du territoire, de la frange littorale jusqu'à l'arrière-pays.

Sur ce thème, le projet proposé apporte plusieurs réponses :

- La mise à disposition de nouveaux pontons et leurs équipements (bornes de livraison des réseaux, dispositifs de mouillage et balisage lumineux) associée à la requalification et à l'embellissement des terre-pleins.
- La création d'un nouveau bâtiment polyvalent à l'entrée du port intégrant la nouvelle capitainerie comme Comptoir Culturel Maritime (HQE).
- La création d'une véritable zone d'entretien et de réparation navale. En effet, les conditions actuelles d'exploitation ne permettent pas de délivrer aujourd'hui un vrai service, ni de développer l'activité de réparation essentielle dans un port. Cette nouvelle installation sera équipée d'un réseau de collecte et de traitement des eaux de carénage.
- La mise à disposition d'un dispositif fixe, bord à quai, pour la récupération des eaux grises et noires des cales des navires.
- La création d'un nouveau point propre pour la collecte et le tri des déchets.
- L'implantation d'une station d'avitaillement temporaire, pour la saison estivale.





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

#### 5.4.4.6. Valorisation des ports touristiques avec montée en gamme des services

Objectifs d'orientation	Correspondance Charte Sud de France Nautique	Orientations du projet de réaménagement de l'espace portuaire	Travaux portuaires associés
<b>Valorisation des ports touristiques avec montée en gamme des services</b>	Volet économique - Développement des services aux plaisanciers	Sécurisation de la zone actuelle de mise à terre pour la création d'une véritable aire de carénage et d'entretien des navires (réduction des franchissements)	Rehaussement de la digue de protection du secteur Nord de la zone de mise à terre
			Aménagement de la digue Est
			Construction de l'aire de carénage et d'entretien des navires
		Création d'une installation fixe de pompage des eaux grises et noires	Station de pompage fixe des eaux grises et noires
		Création d'une station d'avitaillement saisonnière	Station d'avitaillement temporaire
		Collecte et tri des déchets	Création d'un nouveau point propre aux abords de la zone technique
Création d'un Comptoir Culturel Maritime (HQE) dont la fonction sera, en plus du rôle qu'à une capitainerie d'être un pôle accueil touristique pour présenter tous les atouts et facettes de Banyuls-sur-Mer	Travaux de construction du nouveau bâtiment polyvalent implanté à l'entrée du port : Comptoir Culturel Maritime (HQE)		



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.7. Politique d'ouverture des ports vers la ville

Le port de plaisance étudié en tant que porte d'entrée du territoire est forcément tourné à la fois vers la mer et vers ce territoire dont il constitue le lien pour les plaisanciers et les visiteurs.

Cela signifie qu'il faut développer des activités et services tout en améliorant les infrastructures, de façon à générer une liaison effective entre le port et son territoire.

Cette liaison doit être douce et attractive. En ce sens, le projet d'aménagement de l'espace portuaire de Banyuls-sur-Mer préconise la rénovation des quais et des cheminements et un effort particulier a été porté au niveau du quai Georges Petit, situé en contrebas des allées Maillol.

En effet, l'aménagement envisagé réside en la création d'une nouvelle promenade au fil de l'eau, un des maillons de la liaison ville-port, guidant les visiteurs vers les différents centres d'intérêt.

L'extension mesurée du terre-plein Méditerranée (limitée à 500 m<sup>2</sup>), à l'entrée du port et à proximité de la plage permet d'envisager la réorganisation de ce site par la mobilisation d'un nouvel espace dans l'enceinte portuaire, pour le développement de festivités culturelles, sportives ou d'expositions artisanales, tout en préservant le tissu commercial existant.

De plus, La nouvelle capitainerie (Comptoir Culturel Maritime - HQE) pourra trouver naturellement sa place en tête de ce terre-plein, afin de lier l'espace portuaire à la ville.

Ce nouveau bâtiment phare assurera l'accueil touristique tant pour les plaisanciers en escale que pour le reste des visiteurs et des randonneurs.

Cependant, une découverte plus approfondie du territoire nécessite la mise à disposition de véhicules pour se déplacer et d'informations pour guider le promeneur.

Il est envisagé dans le cadre de la démarche Odyssea, de proposer un service de recharge et de location de moyens de mobilité douce pour permettre à tout public de découvrir la destination Banyuls-sur-Mer.

Dans ce contexte-là, la mise en place d'une éco-gare, permettant la location de moyens de mobilité douce, prend tout son sens.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.7. Politique d'ouverture des ports vers la ville

Objectifs d'orientation	Correspondance Charte Sud de France Nautique	Orientations du projet de réaménagement de l'espace portuaire	Travaux portuaires associés
Politique d'ouverture des ports vers la ville	Volet environnement et urbanisme : les mobilités	Création d'une nouvelle promenade au fil de l'eau, le long du quai Georges Petit, maillon de la liaison ville-port, avec prise en compte de l'accessibilité PMR	Requalification complète du quai : promenade piétonnière, au-dessus du plan d'eau, réalisée en platelage bois, en surélévation de la voie existante requalifiée
		Proposition de modes de déplacements alternatifs en affirmant l'adhésion du projet au programme Odyssea, par la mise en place d'un système de location de moyens de mobilité douce	Travaux de construction de la nouvelle capitainerie, à l'entrée du port, associée à un service d'accueil touristique tout public.
		Création d'espaces portuaires complémentaires permettant la réorganisation de certaines zones et d'augmenter l'offre d'animation	Extension modérée et réorganisation du terre-plein Méditerranée

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.8. Développer l'attractivité du port en diversifiant les produits proposés

Il est envisagé dans le cadre de la démarche Odyssea, de proposer un service de location et de recharge de moyens de mobilité douce pour permettre à tout public de découvrir la *smart specialisation* de la destination Banyuls-sur-Mer.

Suite à son étude SWOT et aux différentes stratégies touristiques et environnementales menées par les institutions locales, départementales, régionales, nationales ou européennes, comme celle du Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT) Littoral Sud, la Ville de Banyuls-sur-Mer a décidé, pour rendre sa destination UNIQUE, de se spécialiser sur le thème suivant : [La valorisation de la biodiversité méditerranéenne en mer et à terre par le tourisme scientifique.](#)

[La valorisation de la biodiversité méditerranéenne en mer et à terre par le tourisme scientifique](#) a pour objectif de faire, en collaboration avec l'Observatoire Océanologique, de Banyuls-sur-Mer un pôle de référence d'une offre de tourisme scientifique d'excellence unique en France et Europe, en s'appuyant le Biodiversarium. Le projet Biodiversarium vise à faire partager les connaissances scientifiques en s'appuyant sur la biodiversité locale, qu'elle soit marine ou terrestre.

Avec cette spécialisation touristique, favorable au développement d'une croissance bleue, la Ville de Banyuls-sur-Mer va diversifier son offre touristique en se fondant principalement sur les pôles structurants suivants avec un principe transversal qui est l'écomobilité pour une meilleure accessibilité des lieux, pour diminuer les contraintes pesant sur l'environnement,

création de progrès et de nouveaux services innovants pour les citoyens, plaisanciers, vacanciers, lisibilité et meilleur accès aux entreprises et produits économiques :

1. **L'escale Nautique, le Tourisme Bleu by Odyssea.** L'Escale Nautique, le Tourisme Bleu by Odyssea est fondée sur 8 grands thèmes qui touche la mer de par les activités de loisirs, les lieux dédiés, les événements, l'environnement - les fonds marins, le patrimoine, les savoirs et savoir-faire, les produits issus de la mer et la gastronomie...
2. **L'escale Culture et patrimoine.** Avec la stratégie touristique « Dans les pas d'Aristide Maillol », l'idée est de faire découvrir toute la culture, tous les patrimoines, les savoirs et savoir-faire locaux de la destination Banyuls-sur-Mer, sous forme d'itinérance douce culturelle sur la commune et à 1h. L'itinéraire culturel Iter-Vitis, les chemins de la vigne seront modernisés par l'utilisation des technologies multimédias.
3. **L'escale Nature et découverte.** Mise en écotourisme des voies vertes – valorisation des petits patrimoine, paysages, savoir-faire : médiation numérique et culturelle autour de la randonnée, tourisme vert...
4. **L'escale Saveurs et gastronomie.** Valorisation des produits du terroir comme le vin, le miel, l'olive, valorisation des restaurants, des recettes locales, des pêcheurs, des marchés...
5. **Les événements.** Banyuls-sur-Mer souhaite renforcer sa politique événementielle en avant et en après saison, afin d'augmenter la période touristique.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.8. Développer l'attractivité du port en diversifiant les produits proposés

Objectifs d'orientation	Correspondance Charte Sud de France Nautique	Orientations du projet de réaménagement de l'espace portuaire	Travaux portuaires associés
Développer l'attractivité du port en diversifiant les produits proposés	Volet environnement et urbanisme : sensibilisation aux enjeux environnementaux	En collaboration avec le Biodiversarium de l' Observatoire Océanologique, le Parlement de la Mer, le Parc marin du golfe du Lion, la Réserve marine de Cerbères-Banyuls	Mise en place de support de communication grand public pour expliquer la conception, l'usage et l'intérêt scientifique et écologique des concepts innovants d'amortissement de la houle mis en oeuvre dans le cadre des travaux de requalification du port et leur contribution à la protection des juvéniles et des écosystèmes. Diffusion des observations systématiques menées sur le milieu marin et les espaces protégées dans la zone du projet
	Volet positionnement image : inscription du port dans son territoire touristique et évolution vers un outil de valorisation du patrimoine de la destination portuaire	Intégration du port dans le circuit culturel des œuvres du peintre et sculpteur Aristide Maillol et plus largement dans le circuit culturel de découverte de la vieille ville, au départ du Comptoir Culturel Maritime (HQE). Promotion des circuits de randonnée, promotion et commercialisation des offres et des services de la destination Banyuls afin d'affirmer sa vocation en tant que porte d'entrée du territoire et élément de valorisation de l'arrière-pays de Banyuls et jusqu'à 1 h	Travaux de requalification des terre-pleins et des quais, et en particulier du quai Georges Petit Travaux de construction du nouveau bâtiment polyvalent et annexes spécialisés
		Promotion des barques traditionnelles catalanes et festivités estivales associées	Réorganisation et optimisation du plan de mouillage pour la mise en valeur du patrimoine nautique
	Volet économique : Promotion commerciale et touristique	Coopération avec la Fédération Française de Voile pour la promotion du port de Banyuls-sur-Mer, son intégration dans les manifestations existantes et la création de régates transfrontalières	Rénovation des pontons et des quais ainsi que de l'infrastructure des réseaux  Création de nouveaux services aux plaisanciers
Promotion touristique des activités nautiques et sportives existantes et amélioration des conditions d'accueil et de sécurité des clients		Réorganisation et optimisation du plan de mouillage	

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.9. Intégration de l'environnement aux stratégies de développement du port

Développement durable, conception HQE, énergies renouvelables, sont des concepts qui peu à peu se sont imposés dans tous les domaines de la conception de nouveaux ouvrages ou bâtiments. Les ports n'ont pas échappé à cette tendance et anticiper l'intégration de ces problématiques aux stratégies de développement portuaire permet, dans une démarche raisonnable, de prévoir les mesures d'évitement ou de compensation les mieux adaptées. En l'occurrence, la conception a préféré intégrer ici des mesures d'évitement.

Dans le cas du port de Banyuls-sur-Mer, la préservation de l'environnement tient une place centrale dans la conception. En effet, la présence d'espèces protégées à l'intérieur du port et à proximité des ouvrages de protection (dans la passe et à l'extérieur du port), a conduit à une réflexion approfondie sur des concepts d'ingénierie innovants permettant d'assurer une protection efficace du plan d'eau sans atteinte aux herbiers.

Ceci explique par exemple le recours à une technique de verticalisation du musoir car l'extension nécessaire de la digue en termes de protection vis-à-vis de la houle n'était pas compatible avec la présence d'herbiers protégés, dans l'hypothèse classique d'une digue à talus présentant nécessairement une emprise beaucoup plus importante sur les fonds marins.

La présence d'herbiers de Posidonies est un marqueur de la qualité actuelle des eaux dans le port de Banyuls-sur-Mer. Cet atout doit être développé afin de valoriser ce patrimoine tant envié.

C'est pourquoi, il a été pris en compte dès le début de la conception.

La conception du projet a donc été basée sur la mise au point d'ouvrages innovants, considérés non pas en fonction de leur action isolée mais associée à celles d'autres dispositifs.

Ceci permet de créer un système global participant efficacement à la tranquillisation du plan d'eau : musoir verticalisé interagissant avec les caissons Jarlan amortisseurs (extensions de la contre-jetée et du ponton C).

D'autre part, nous avons introduit des fonctions complémentaires d'amortissement pour certains ouvrages (quai Georges Petit, plage en enrochement en protection du terre-plein Méditerranée). Pour compléter l'ensemble de la protection, nous avons mis en place un îlot artificiel en référence à l'image historique de l'île petite.

La solution proposée, de par la nature poreuse des ouvrages, garantit le respect des herbiers tant dans leur emprise que dans le maintien de leur condition (lumière, oxygénation, échanges d'eau).

En effet les herbiers ne se retrouvent pas enfermés dans une enceinte qui mettrait en péril leur survie à l'issue du projet.

Les aménagements portuaires répondront à la démarche ports propres qui est la seule démarche de Gestion Environnementale Portuaire à destination des ports de plaisance, certifié AFAQ AFNOR « Ports Propres ».

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.9. Intégration de l'environnement aux stratégies de développement du port

Par ailleurs, si les ouvrages en enrochements sont, par nature, des milieux favorables à la faune, ce n'est pas forcément le cas des caissons immergés en béton. Cependant, nous avons prévu des dispositions spécifiques afin que les caissons Jarlan puissent assurer deux fonctions distinctes : amortissement de la houle côté passe et constitution de récifs artificiels côté bassin.

La création de ces caches à poisson contribue à créer un environnement favorable au développement des juvéniles, participant au fonctionnement global de l'écosystème et à la conservation de la biodiversité. Nous avons également été très attentifs, lors de la conception des ouvrages de protection, à ne pas interférer avec le couloir d'écoulement de la Baillaury, qui permet à ce cours d'eau, lors des épisodes pluvieux importants, de se déverser dans la baie sans débordement à proximité de son exutoire en mer.

Tous les ouvrages de protection ont été implantés bien en retrait des ouvrages existants (épi de protection de la plage), et largement en dehors du champ d'écoulement de la Baillaury.

La conception d'un système global de tranquillisation du plan d'eau, ne sollicitant pas seulement les digues extérieures, permet de fixer l'arase de ces ouvrages à leur niveau actuel au maximum (nouveau musoir de la digue du large et digue de protection Nord-Ouest de l'aire de carénage), et d'abaisser cette arase pour les autres ouvrages. Cette

disposition permet de maintenir le rapport à la mer, en évitant les « effets de mur », qui auraient coupé la vue sur l'environnement maritime, à partir de la plage et du bord de mer.

Par ailleurs, les éléments dissipateurs de houle étant tous immergés, la cohérence paysagère du site et l'intégration du projet est assurée.

Les travaux relatifs à l'espace portuaire ont notamment pour objectif de répondre aux critères de la certification européenne Ports propres CWA 16387. A ce titre, ils intègrent des travaux spécifiques comme la création d'une véritable aire de carénage et d'entretien des navires. L'ensemble des eaux de carénage sera traitée avant rejet, ce qui sera également le cas des eaux de ruissellement des voiries circulées et des parkings.

Nous avons également mené, en parallèle, une réflexion sur les possibilités de développer l'utilisation d'énergie renouvelable ou le réemploi de matériaux :

- ✓ énergie solaire par exemple pour le balisage lumineux ou l'alimentation de la protection cathodique,
- ✓ des ouvrages métalliques vis-à-vis de la corrosion,
- ✓ réemploi des matériaux de démolition après tri et broyage ou des enrochements,
- ✓ réemploi des matériaux de curage des souilles pour le lestage des caissons.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.9. Intégration de l'environnement aux stratégies de développement du port

Objectifs d'orientation	Correspondance Charte Sud de France Nautique	Orientations du projet de réaménagement de l'espace portuaire	Travaux portuaires associés
Intégration de l'environnement aux stratégies de développement du port	Volet environnement et urbanisme : Certification « Ports propres » et sensibilisation aux enjeux environnementaux	Objectif de certification européenne « Ports Propres »	Création d'une aire de carénage équipée d'une unité de traitement et d'un dispositif de collecte des eaux de carénage + dispositifs de collecte et traitement des eaux de ruissellement du terre-plein et des voies circulées
			Création d'un point fixe de collecte des eaux grises et noires
			Création d'un nouveau point propre pour la collecte et le tri des déchets Création de sanitaires, douches et local laverie
		Création de dispositifs innovants d'éco-conception, pour l'amortissement de la houle, et la participation au développement de la biodiversité et à la protection des juvéniles : « Le port au cœur de la biodiversité »	Musoir verticalisé de la digue du large et caissons amortisseurs intégrant une fonction « récif » bien adaptée à la protection des juvéniles et au développement des écosystèmes marins



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.10. Création, amélioration et dynamisation des commerces dans l'espace portuaire

Inscrit dans le cœur du village, le port joue un rôle de catalyseur touristique dont les premiers bénéficiaires sont les commerces sur ce dernier.

Une des actions phares sera la mise en place d'une circulation douce, le long du quai Georges Petit, pour l'amélioration de l'image et la dynamisation des commerces.

Force d'attractivité de la destination, le port de Banyuls-sur-Mer dans sa nouvelle configuration peut devenir un véritable catalyseur pour les clientèles touristiques.

Il peut ainsi devenir un véritable relais, par le Comptoir Culturel Maritime et son Eco-gare Odyssea Protect, de l'ensemble des commerces de Banyuls.

De nombreuses villes, en réhabilitant leur port de plaisance, ont vu les commerces de proximité gagner en augmentation de chiffre d'affaires.

La configuration de Banyuls-sur-Mer qui peut se définir par un port au cœur de village peut réussir cet objectif par son nouvel aménagement qui est, dans un premier niveau géographique, de dynamiser les commerces dans l'espace portuaire et à un deuxième niveau, de dynamiser les commerces de la ville.

De nombreuses études montrent que les villes portuaires ont tout intérêt à proposer une offre de commerces satisfaisante quantitativement et

qualitativement, pour maximiser les retombées économiques de l'activité touristique et de plaisance.

La valorisation touristique des commerces, sur et à proximité du port, nécessite une coopération renforcée entre acteurs, la mise en place de vrais partenariats et d'engagements réciproques. La marque de destination Banyuls-sur-Mer a cette objectif.

Pour mettre en place des politiques de développement de qualité des commerces, ainsi que leur animation, des partenariats pourront être envisagés entre porteurs de projets de développement portuaire, chambres consulaires, services de la municipalité et/ou de l'Etablissement Public de Coopération Intercommunale.

Il est impératif que cette valorisation de la qualité des commerces se fasse en lien avec le Label régional Qualité Sud de France pouvant être délivré aux cafés-bar, hôtels, restaurants, caves ou points de vente produits... dans un co-branding avec la marque de destination Banyuls-sur-Mer.

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.10. Création, amélioration et dynamisation des commerces dans l'espace portuaire

Objectifs d'orientation	Correspondance Charte Sud de France Nautique	Orientations du projet de réaménagement de l'espace portuaire	Travaux portuaires associés
Création, amélioration et dynamisation des commerces dans l'espace portuaire	Volet économique : promotion et commercialisation touristique Volet social : maintien et développement de la multiplicité, diversité des usages du port	Création d'espaces complémentaires permettant le développement de l'attractivité du port dans le cadre de la liaison ville-port	Requalification et extension mesurée du terre-plein Méditerranée et implantation du nouveau bâtiment polyvalent de la Capitainerie en Comptoir Culturel Maritime (HQE).
		Mise en place d'une circulation douce, le long du quai Georges Petit, pour l'amélioration de l'image et la dynamisation des commerces	Requalification complète du quai et création d'une promenade piétonne au-dessus du bassin
		Sécurisation de l'accueil des plaisanciers permettant une augmentation du nombre de postes exploités en continu sur l'année, avec augmentation de la fréquentation du port	Sécurisation du plan d'eau vis-à-vis de l'agitation (travaux sur la digue du large et contre-jetée, implantation de caissons amortisseurs) Travaux de changement des tabliers des pontons

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.11. Communication autour du concept ville/port

L'aménagement de l'espace portuaire, dans sa partie espace public, concerne une intervention géographiquement limitée, mais qui mérite d'être intégrée à une échelle de réflexion plus globale et étendue à l'ensemble urbain, voire à l'hinterland.

Il paraît indispensable de proposer une méthodologie fondée sur l'intégration des interventions, dans une approche globale et concertée d'aménagement.

Le projet d'intervention sur l'espace public du port doit être considéré comme une dimension du projet de station ou de destination portuaire.

Travailler à des continuités urbaines avec le reste de la cité portuaire.

Il s'agit de travailler à des jonctions ou « coutures » entre espaces du port et reste de la ville. Dans ce contexte, le projet de développement portuaire doit inclure des éléments de réponses formelles permettant de

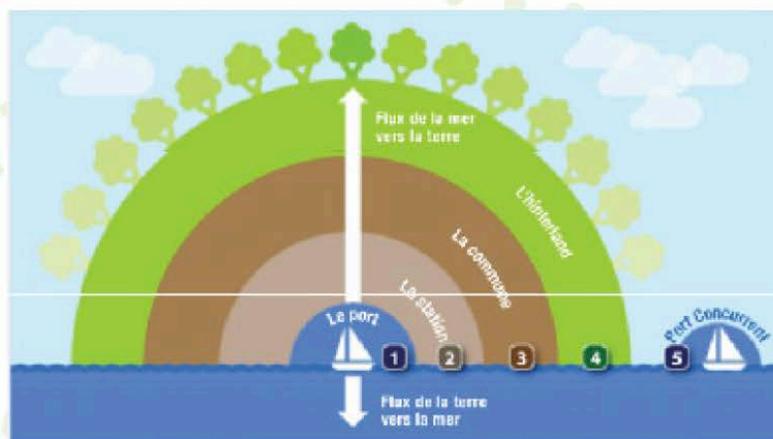
créer ce lien et de le rendre lisible. Celui-ci peut revêtir plusieurs formes et s'appuyer sur plusieurs outils, qui dans certains cas seront complémentaires.

En effet, il est possible de créer cette perméabilité ou continuité au moyen par exemple d'éléments de mobilier urbain homogène, le long des voies, axes et cheminements menant d'un point à un autre de la Cité portuaire.

La trame verte ou le réseau de circulations douces, peuvent aussi jouer ce rôle de « guide ».

Le traitement de sol ou encore une opération de rénovation de façades et des commerces de rez-de-chaussée sont des éléments qui participent également à créer cette continuité, par la cohérence qu'ils proposent.

La signalétique et un plan de jalonnement bien étudiés sont indispensables dans ce cadre.





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.4. Une requalification et une modernisation nécessaire

##### 5.4.4.11. Communication autour du concept ville/port

Objectifs d'orientation	Correspondance Charte Sud de France Nautique	Orientations du projet de réaménagement de l'espace portuaire	Travaux portuaires associés
Communication autour du concept ville/port	Volet positionnement image : inscription du port dans son territoire touristique et évolution vers un outil de valorisation du patrimoine de la destination portuaire	En lien direct avec les actions menées dans le cadre de l'objectif de développement de l'attractivité portuaire par la diversification des produits proposés dans le cadre particulier du renforcement du tourisme culturel et patrimonial	Rénovation globale de l'espace portuaire et montée en gamme des services



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

#### 5.4.5. Un projet partagé et adopté à l'unanimité

##### COMPOSITION DE LA COMMISSION ET DU CONSEIL PORTUAIRE DE LA VILLE DE BANYULS SUR MER

Jean-Michel SOLÉ	Maire de Banyuls sur Mer
Guy VINOT	Adjoint au Maire délégué au port
Alain POURSOUBIRE	Directeur Général des Services
Jean-Michel GASCOU	Adjoint au Maire délégué à la sécurité
Anne-Claire PECH	Adjointe au Maire
Nicole CLARA	Adjointe au Maire
Gérard PETYT	Conseiller municipal
Eddy VERGEL	Conseiller municipal
Denis PY	Conseiller municipal
Cédric CASTELLAR	Conseiller municipal
Jean-Charles COLOMINES	Conseiller municipal
Elisabeth LEZAT	Conseillère municipale
Maurice LESCASTREYRES	Usager du port
Jean-Paul MARTIENNE	Usager du port
Daniel PATOUILLOT	Usager du port
Yvon BERTA	Vigneron, usager du port
Pierre NAUDI	Usager du port
Jean-Paul RICHOU	Usager du port
Jean-Paul MARCELLIN	Usager du port
Robert GRANSAC	Usager du port
André BIECHELER	Usager du port
Louis REIG	Association des Anciens Marins, usager du port
Bernard SEJALON	Usager du port
Michel POUGET	Usager du port
Laurent SAGOLS	Usager du port
Jean-Claude CRASSOUS	Usager du port
Yves CHAUVEAU	Usager du port
François MARTINEZ	Usager du port
Jean-Marc SEGURA	Pêcheur
Henri MARTINEZ	Pêcheur

	Mise en sécurité du bassin portuaire	Mise en sécurité des ouvrages	Amélioration des services et développement touristique	Actions en faveur de la protection de l'environnement
Création d'un musoir de protection verticalisé	X			X
Allongement de la contre-jetée. Création d'un môle escale	X		X	X
Extension du terre-plein Méditerranée			X	
Plage amortisseuse du terre-plein	X			
Mise en valeur de l'île petite	X		X	
Réfection du quai et aménagement de la promenade George Petit	X	X	X	
Caissons amortisseurs en extrémité du ponton C	X			X
Rénovation des pontons fixes et des mouillages		X	X	
Requalification de la digue de protection de l'aire de carénage		X		
Rénovation du quai Nord		X	X	
Mise en œuvre de pontons flottants			X	
Création d'une aire de carénage et d'accueil des activités liées à la réparation navale			X	
Aménagement d'un quai dédié aux pêcheurs et d'un espace de vente			X	
Création d'une nouvelle capitainerie – Comptoir culturel Maritime			X	
Création de l'éco-gare Odyssea Protect			X	X
Création d'une station d'avitaillement temporaire			X	
Création d'un point port propre			X	X
Rénovation des réseaux portuaires			X	
Traitement des eaux de ruissellement du parking				X
Traitement des eaux pluviales communales				X
Stations fixe de pompage des eaux grises et noires				X



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.4. Requalification et modernisation portuaire. Créer un outil de développement économique au cœur de la destination Banyuls-sur-Mer

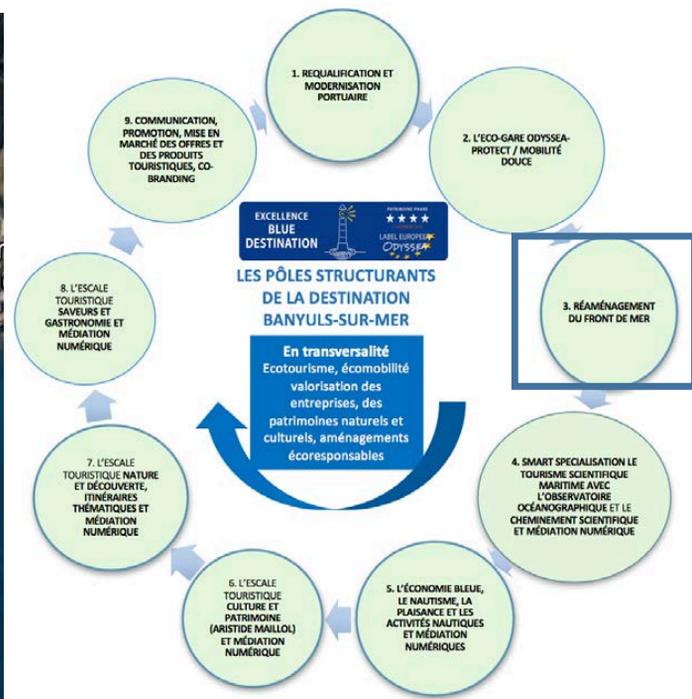
#### 5.4.6. Synthèse des coûts d'investissement par type d'aménagement

Les coûts prévisionnels des travaux projetés sont synthétisés dans le tableau suivant par type d'ouvrage. Il s'agit de montants en Euros, valeur octobre 2014.

DESCRIPTION DES TRAVAUX	MONTANT HT EN €
Création d'un musoir de protection verticalisé	1 150 000
Allongement de la contre-jetée / Création d'un môle escale avec caisson amortisseur	400 000
Extension du terre-plein du parking Méditerranée	180 000
Plage amortisseuse du terre-plein	270 000
Mise en valeur de l'île petite	345 000
Réfection du quai et aménagement de la promenade Georges Petit	900 000
Implantation de caissons amortisseurs au ponton C	560 000
Rénovation des tabliers des pontons et des mouillages	1 405 000
Requalification de la digue de protection de l'aire de carénage	400 000
Rénovation du quai nord	690 000
Création d'une aire de carénage et accueil d'activités liées à la réparation navale	300 000
Requalification de la digue Est	300 000
Construction du Comptoir Culturel Maritime (HQE)	388 000
Station d'avitaillement temporaire	127 000
Création d'une station fixe de pompage des eaux grises et noires et services associés	86 000
<b>MONTANT DES TRAVAUX HT</b>	<b>7 576 000</b>
Décomposition du montant global de l'opération	
ALEAS (8,5%)	640 000
MAITRISE D'OEUVRE	390 000
MARCHE SUBSEQUENTS	630 000
AUTRES RECONNAISSANCES	55 000
<b>MONTANT TOTAL HT DE L'OPERATION</b>	<b>9 291 000</b>

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.5. Réaménagement du front de mer



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.5. Réaménagement du front de mer

#### 5.5.1. Enjeux et objectifs du projet

Le front de mer, situé au barycentre de la ville, en est la façade. Le projet d'aménagement de ce dernier débute au sud, au droit du pont qui franchit la rivière la Baillaury et s'achève au nord, au droit du cap d'Ona.

Il saisit l'ensemble de l'espace de la baie depuis la façade urbaine jusqu'à la façade maritime, avec pour horizon les paysages pyrénéens à l'ouest et méditerranéens à l'est.

#### Enjeux et objectifs du projet

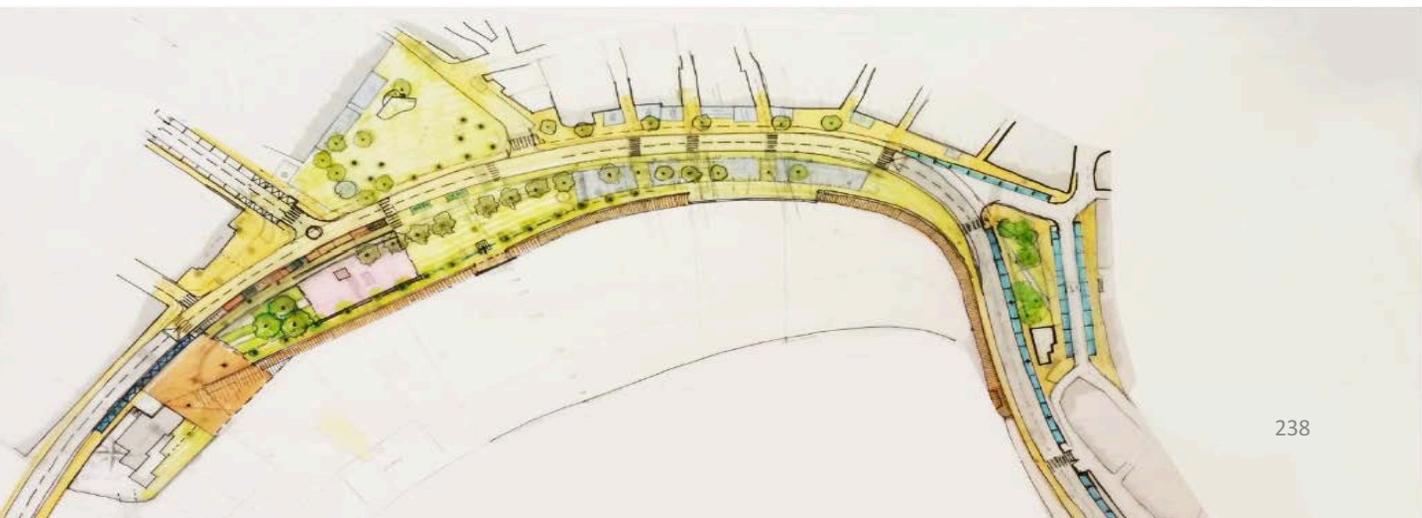
Le front de mer regroupe toutes les qualités et les usages pour devenir un lieu exceptionnel, mais cet axe structurant qui est la rue principale de la ville porte également les difficultés d'un lieu actif, intense et traversé par la route départementale 914.

L'aménagement du front de mer s'inscrit dans une vision globale à l'échelle de la ville mais également dans un projet plus général de développement du territoire, qui se déploie des profondeurs de la Méditerranée aux contreforts pyrénéens et qui rayonne plus largement sur toute la Côte Vermeille.

Les projets de la ville de Banyuls-sur-Mer sont entre autre :

- Le village dans ses racines originelles ;
- L'architecture de villégiature de début de siècle qui caractérise le charme du front balnéaire ;
- Le port moderne en réflexion, véritable entrée maritime ;
- Le centre océanographique d'enseignement et de recherche ;
- Le biodiversarium – l'aquarium et jardin Méditerranéen ;
- Le projet de pôle santé Hélio-marin ;
- Le pôle d'excellence rurale et l'école de sommellerie du mas Reig ;
- Le développement de la capacité et de la qualité de l'hébergement ;
- L'art au travers d'Aristide Maillol et le musée Aristide Maillol .

L'aménagement du front de mer fait partie des enjeux majeurs du projet de territoire et nourrit l'objectif incontestable de préparer l'avenir proche et le devenir lointain de ce territoire.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.5. Réaménagement du front de mer

#### 5.5.2. Le concept

##### Le concept

Aujourd'hui, le front de mer est fragmenté et sa composition confuse. La juxtaposition et l'accumulation d'espaces, de séquences, de matériaux et de mobiliers nuisent considérablement à la lecture globale d'un lieu dont la force et le caractère naturel suffisent à le qualifier.

Le programme initial identifie dix enjeux majeurs : il prévoit de faire du front de mer un lieu remarquable, une belle promenade et un espace connecté au centre-ville et à ses commerces, de sécuriser et d'apaiser la voirie urbaine, de redonner des espaces de vie aux promeneurs, aux familles, aux enfants, de valoriser l'attrait économique et touristique de la ville, de prendre en compte les déplacements des personnes à mobilité réduite, de prévoir du stationnement pour les 2 roues et d'homogénéiser les terrasses des cafés et restaurants, les revêtements... Enfin, il affirme la volonté d'insuffler un vent de modernité et d'unité sur la promenade et de préparer le devenir de ce territoire.

La complexité actuelle de la perception du lieu doit être nettoyée, simplifiée, clarifiée, estompée, et apaisée pour rendre à Banyuls son caractère originel et authentique au cœur d'un paysage naturel d'une grande force et d'une grande beauté.

Ouvrir l'espace, partager l'horizon, offrir une

vision large de la baie, savoir s'effacer et rendre le projet minimal face au grand site nous paraît être l'ambition de ce grand projet tourné vers la modernité et son avenir.

Savoir hiérarchiser les besoins, mutualiser les contraintes, gommer les accidents pour révéler l'essentiel dans une maîtrise des coûts, des matières et des matériaux, en harmonie avec l'environnement paysager pour mieux préparer l'avenir de Banyuls.

Pour cela, nous proposons un projet simple, élégant qui conjugue tradition et modernité. Ce projet doit être juste, durable et transcrit dans un langage où le front de mer s'inscrit dans son patrimoine, son paysage, ses usages, afin de pouvoir répondre à toutes les saisons, aux attentes des habitants et des touristes.

Tous ces atouts omniprésents parfois invisibles méritent être révélés et rendus visibles.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.5. Réaménagement du front de mer

#### 5.5.3. Le projet

##### Le projet

Pour réaliser ce travail, notre équipe s'est engagée dans une démarche originale de travail partenarial avec l'ensemble des acteurs concernés par ce projet : la Ville, la communauté de communes, le conseil départemental, les institutions, les concessionnaires, les associations, les commerçants et les habitants.

Au terme des premiers séminaires, un consensus est apparu sur un programme ambitieux mais réaliste qui prend en compte le global et le local. Ce projet est traduit dans un dessin équilibré qui valorise à la fois la rue principale de la ville, la vitrine de la commune, la route départementale, et le paysage du front de mer.

Cette esquisse, validée en séminaire, s'organise en cinq strates parallèles décomposées de la manière suivante :

- la façade urbaine,
- l'espace des mobilités,
- l'espace du plateau polyvalent partagé,
- l'espace de la promenade du front de mer,
- l'espace balnéaire et maritime.

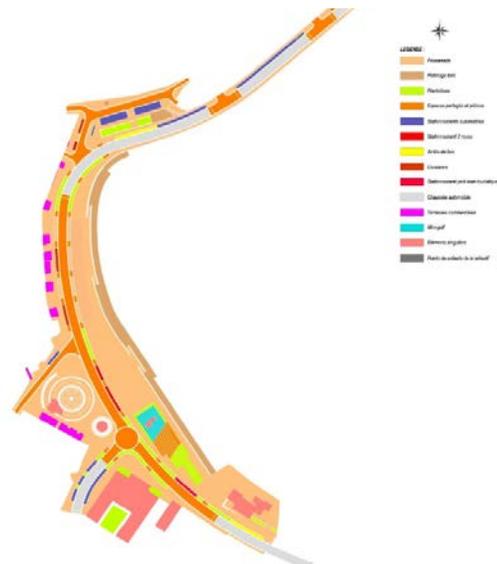
Le projet se fixe cinq objectifs majeurs :

- revaloriser la façade urbaine, patrimoniale et commerciale,
- requalifier et apaiser la RD,
- intégrer les stationnements deux-roues, les services, l'information... dans une bande de services,
- créer un plateau partagé support de promenade, de détente et d'animation ludique, culturelle, sportive, événementielle, touristique ou commerciale,

- renforcer la plage.

De manière transversale, le projet vise à amplifier l'identité de la ville, son attractivité, sa sécurité, sa propreté, à intégrer les saisonnalités, à accroître son caractère méditerranéen et pyrénéen et à exposer ses atouts paysagers et naturels. Il ne néglige pas les contraintes techniques, économiques (fonctionnement et investissement) et de phasage des travaux. Il intègre une certaine flexibilité, un potentiel d'évolutivité, de mutualisation des usages, de réversibilité et des possibilités de développement à court et à long terme.

Dans cette esquisse du plan guide, la route est recalibrée, des cheminements doux et confortables sont inclus au plateau partagé. Les usages existants retrouvent leur place. L'ensemble est tracé avec précision, les courbes sont plus pures, les profils tendus, le nivellement affiné et les plantations confortées. Le projet intègre toutes les contraintes programmatiques mais laisse encore une latitude d'ajustement.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

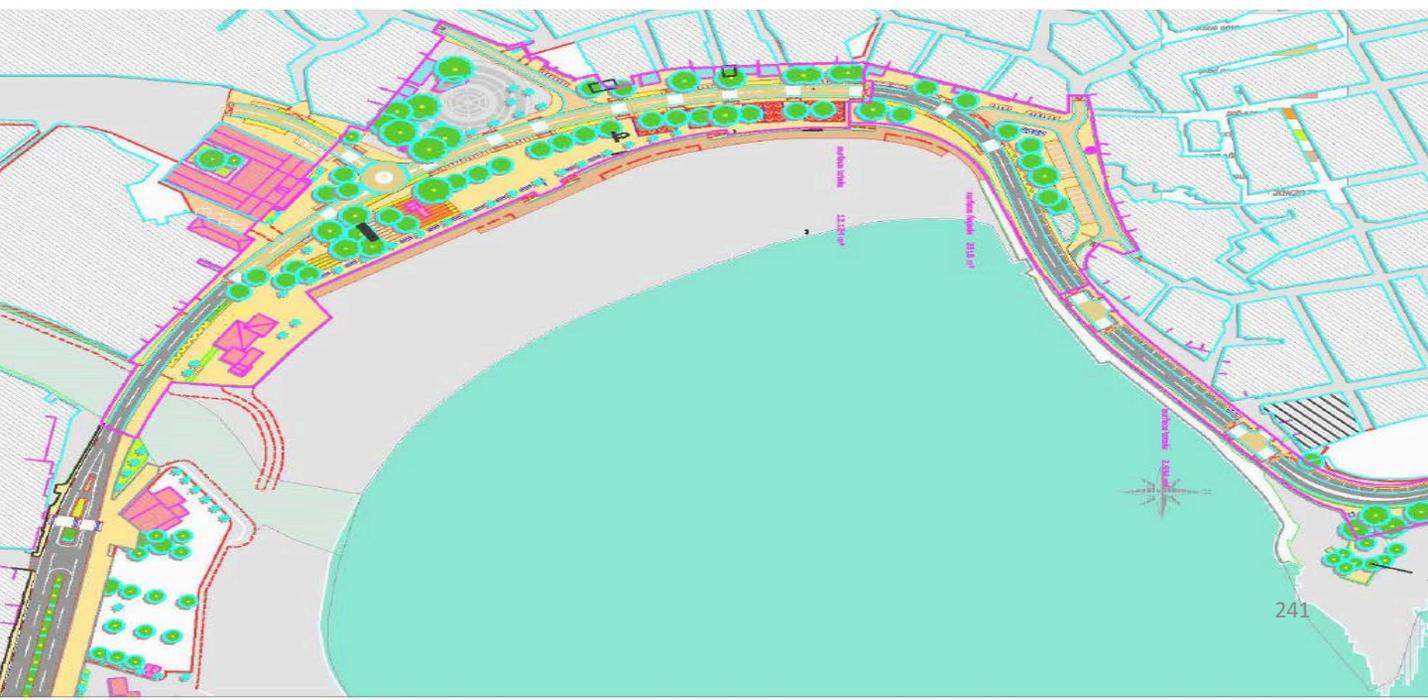
### 5.5. Réaménagement du front de mer

#### 5.5.4. Les points singuliers

##### Les points singuliers

Le plan guide désigne les sept points saillants du projet :

1. La voie sera apaisée sans réduire ni sa capacité, ni sa fluidité. Elle sera calibrée à 6m, un plateau partagé sera intégré et les deux roues pris en compte.
2. L'hôtel de ville et ses abords seront réorganisés dans un espace public plus solennel et jardiné en lien avec le parcours scientifique.
3. La place Reig et le mail de la sardane seront aménagés pour accroître leur convivialité et leur capacité d'accueil des évènements et festivités.
4. La place d'accueil de l'office du tourisme sera remaniée pour améliorer l'accueil des visiteurs. A moyen terme, le transfert de l'office et l'élargissement du franchissement de la rivière sont inclus dans l'étude.
5. Les terrasses des commerçants seront modernisées, réorganisées et règlementées pour un meilleur accueil des clients, pour une image plus positive des activités, et pour une plus grande synergie avec la rue Saint-Pierre.
6. La place Bassères subira une refonte complète pour valoriser la vie locale, la ville ancienne et l'accès au parcours patrimonial « dans les pas d'Aristide ». Un jardin-belvédère sera aménagé pour valoriser la place.
7. Le belvédère du cap d'Ona sera aménagé pour mettre en valeur ce point singulier du paysage et ce point de vue naturel. Il constituera un signal, un repère dès l'entrée de la baie.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.5. Réaménagement du front de mer

#### 5.5.5. Les données et hypothèses générales et techniques

##### Les données et hypothèses générales

Pour réaliser ce projet, notre équipe a fixé, avec l'ensemble des acteurs concernés par ce projet : la Ville, la communauté de communes, le conseil départemental, les institutions, les concessionnaires, les associations et les habitants, les hypothèses raisonnables, durables et tenables pour 20 ans.

Le contexte, les usages, les trafics, les réseaux, les matériaux, les moyens d'éclairage, les moyens de maintenance ont été pris en compte dans ces hypothèses.

Les paramètres de qualité et de risque, les textes réglementaires et les références normatives ont été sélectionnées. Les données techniques fournies pendant le séminaire et les DICT fournis par les concessionnaires sont prises en compte dans l'étude.

La méthode de projet a fixé les quatre étapes suivantes :

1. La phase de programmation a permis au maître d'ouvrage de préciser son projet sous tous ses aspects (fonctionnel, technique, etc.).
2. La phase de conception, pendant laquelle l'équipe de maîtrise d'œuvre a conçu le projet et l'a défini sous forme de plans et pièces écrites.
3. La phase de chantier, durant laquelle les entreprises construisent l'opération sous le contrôle du maître d'ouvrage et du maître d'œuvre.
4. La phase d'usage et exploitation : période d'utilisation des aménagements.

##### Les données et hypothèses techniques

Le projet et son estimation prennent en compte les hypothèses suivantes :

1. Dans les zones soumises à la submersion, le premier niveau utile et les accès sont à une altitude supérieure au niveau maximal de l'eau en tempête centennale.
2. Pour les zones de front de mer exposées à l'action mécanique des vagues, quels que soient les enjeux, l'espace sera protégé par un brise-vagues.
3. Classe de trafic sur la voie RD 914 fixée à T2 soit  $150 \text{ PL/jour/sens} \leq \text{trafic} < 300/\text{jour/sens}$ .
4. Classe de trafic sur le plateau et les places fixée à T5 soit  $\text{trafic} < 25 \text{ PL/jour/sens}$ .
5. Réglementation de police : maintien réglementaire de la zone 30.
6. Opportunité de création réglementaire de zones de rencontre 20km/h sur certains tronçons du plateau et en période estivale.
7. Des plate-formes après démolition PF3 soit un module de 120 Mpa mini.
8. La place Reig et le mail de la sardane seront conservés partiellement.
9. La dépose et l'évacuation du mobilier seront réalisées par les services techniques de la Ville de Banyuls.



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.5. Réaménagement du front de mer

#### 5.5.6. Budget

DESCRIPTION DES TRAVAUX	MONTANT HT EN €
<b>PARTIE 1 : Aménagements du Front de mer</b>	
<b>Tranche ferme : depuis la rue Thomas Pascal jusqu'à la sortie du pont de la Baillaury</b>	
Installation du chantier	30 100
Déposes et démolitions	112 517
Voirie et trottoirs	908 236
Mobilier urbain	297 000
Signalisation verticale, horizontale et PMR	23 500
Réseaux eaux usées et eaux pluviales	30 600
Réseaux secs : éclairages public	321 910
Réseaux secs : télécommunications	25 750
Réseaux électriques	36 000
Réseaux eau potable	1 300
Réseaux d'arrosage	9 400
Espaces verts	41 000
Divers	21 500
Imprévus et divers	74 506
<b>TOTAL TRANCHE FERME</b>	<b>1 933 319</b>



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.5. Réaménagement du front de mer

#### 5.5.6. Budget

DESCRIPTION DES TRAVAUX	MONTANT HT EN €
<b>Tranche conditionnelle 1 : depuis la place du Général Bassères jusqu'au parking du boulodrome</b>	
Installation du chantier	21 600
Déposes et démolitions	37 028
Voirie et trottoirs	221 751
Mobilier urbain	26 800
Signalisation verticale, horizontale et PMR	10 265
Réseaux eaux usées et eaux pluviales	16 200
Réseaux secs : éclairages public	71 806
Réseaux secs : télécommunications	-
Réseaux électriques	-
Réseaux eau potable	-
Réseaux d'arrosage	-
Espaces verts	-
Divers	23 800
Imprévus et divers	17 206
<b>TOTAL TRANCHE CONDITIONNELLE 1</b>	<b>446 456</b>



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.5. Réaménagement du front de mer

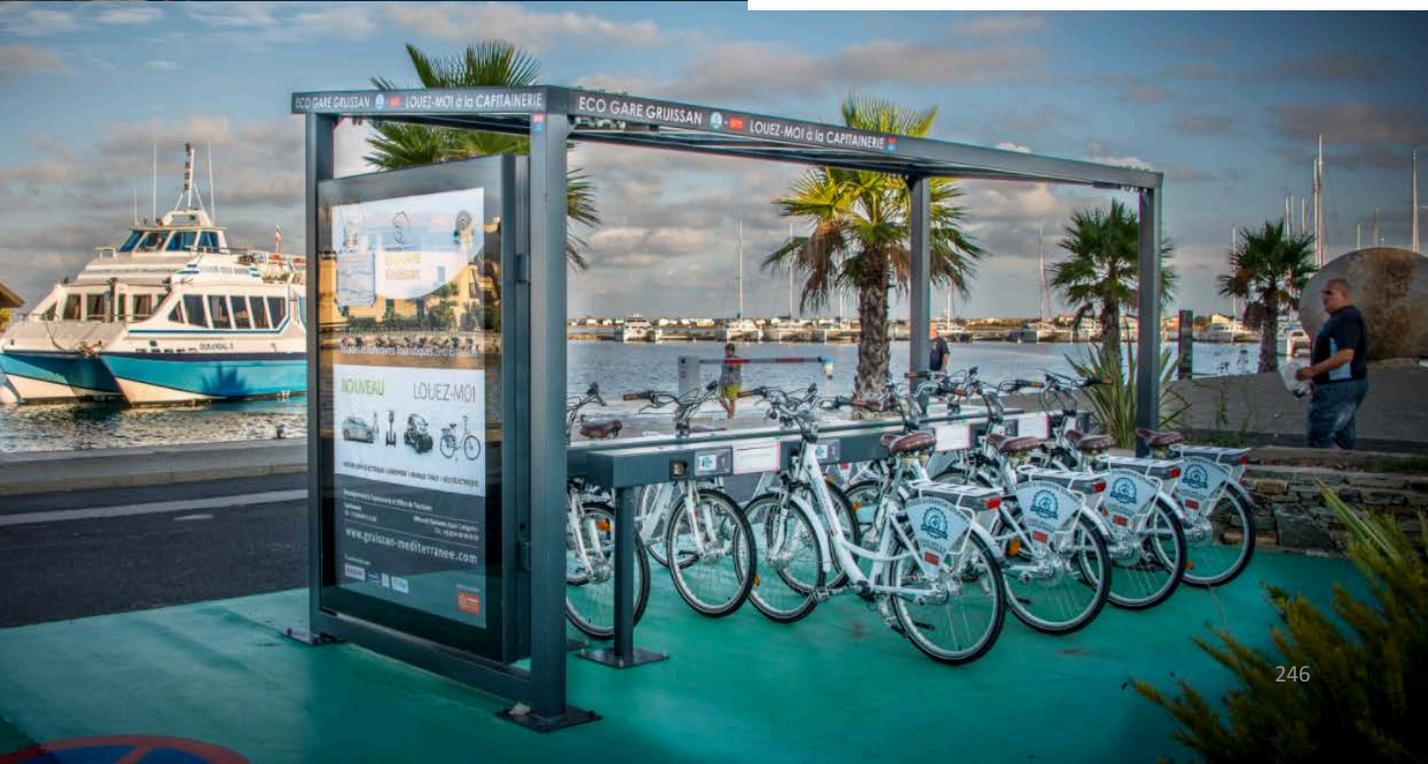
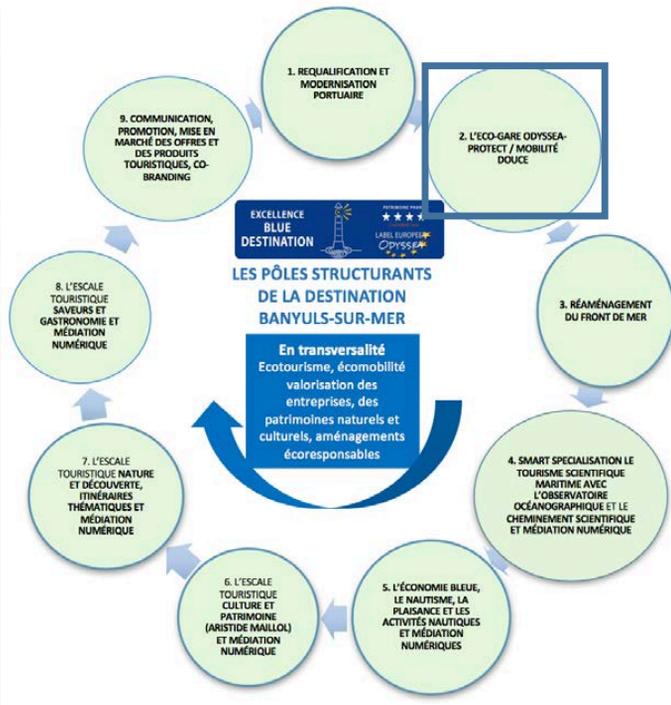
#### 5.5.6. Budget

DESCRIPTION DES TRAVAUX	MONTANT HT EN €
<b>Tranche conditionnelle 2 : depuis la rue Thomas jusqu'à la place du Général Bassères</b>	
Installation du chantier	14 100
Déposes et démolitions	47 747
Voirie et trottoirs	209 771,50
Mobilier urbain	61 650
Signalisation verticale, horizontale et PMR	9 600
Réseaux eaux usées et eaux pluviales	16 650
Réseaux secs : éclairages public	71 055
Réseaux secs : télécommunications	3 200
Réseaux électriques	20 000
Réseaux eau potable	700
Réseaux d'arrosage	5 200
Espaces verts	25 800
Divers	15 850
Travaux d'éclairage (souterrain et arcades)	95 000
Imprévus et divers	23 902
<b>TOTAL TRANCHE CONDITIONNELLE 2</b>	<b>620 225,50</b>
<b>PARTIE 1 : TOTAL TOUTES TRANCHES HT</b>	<b>3 000 000,50</b>
<b>ARRONDI à</b>	<b>3 000 000,00</b>



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.6. L'éco-gare Odyssea Protect



## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.6. L'éco-gare Odyssea Protect

Une des actions fortes que mettra en place la ville de Banyuls-sur-Mer en faveur de la protection de l'environnement est l'éco-gare Odyssea Protect® dans le cadre d'un partenariat public-privé afin de développer l'emploi sur le territoire et de renforcer la pérennité d'une ou plusieurs entreprises locales.

L'Eco-gare Odyssea Protect® propose un service global autour d'un parc zéro émission de CO2 : voitures électriques, vélos électriques, vélos, gyropodes, navettes.

C'est un outil d'éducation et de promotion de l'engagement environnemental du port qui permet d'adopter un comportement éco-citoyen, avec une influence significative sur l'environnement par l'adoption de pratiques écoresponsables.

L'Eco-gare Odyssea Protect® est une réponse opérationnelle à une montée en gamme des offres et des services au port, à connotation environnementale. C'est un engagement pour un développement durable des destinations portuaires, une contribution à la phase

d'expérimentation de la gestion intégrée des zones côtières « Odyssea Croissance bleue 2014-2020 ».

C'est aussi et surtout une réponse concrète aux attentes des clientèles envers une mobilité douce et plus ludique. Ce service répond à l'arrivée de nouvelles pratiques et de nouvelles attentes touristiques. En effet les touristes expriment aujourd'hui leur envie de « vivre une expérience » : découverte du patrimoine, des gens d'ici, de leur mode de vie...

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

Durant l'été 2016, la ville de Banyuls-sur-Mer a mis en place le service Esti'navette dans un objectif de favoriser les transports en commun lors des déplacements des clientèles touristiques sur les mois de juillet et août. La ville souhaite pérenniser cette opération en achetant la navette.

Exemple du port de Gruissan

[www.odyssea.eu/ports/ou-tils-odyssea/eco-gare-odyssea](http://www.odyssea.eu/ports/ou-tils-odyssea/eco-gare-odyssea)





## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.6. L'éco-gare Odyssea Protect

L'Eco-gare Odyssea Protect® se compose des éléments structurants suivants :

#### Une des des bornes de recharge pour véhicules électriques

Chaque Eco-gare Odyssea Protect® devra avoir au minimum une borne de recharge pour véhicules électriques. Cette dernière sera choisie en fonction des besoins de la destination en termes d'écomobilité, de développement économique potentiel, de l'offre écotouristique disponible et à venir, de ses équipements structurants, de l'endroit dans la ville, des budgets qui pourront être alloués, de l'éco-gare envisagée, de la gestion de la borne (publique/privée)...

#### La présence de moyens de transports permettant l'intermodalité et l'écomobilité à terre

Chaque Eco-gare Odyssea Protect® proposera aux clientèles, en particulier à celle de la plaisance, des moyens de déplacement doux, afin de partir à la découverte du territoire. Par ce système intermodal réunissant plusieurs moyens de déplacements écotouristiques (voitures électriques, vélos électriques, vélo...), l'Eco-gare Odyssea Protect® permettra un développement économique innovant et co-responsable pour la commune et sa destination touristique.

#### La valorisation d'offres touristiques de la destination sur des supports de communication additionnels comme des Relais d'Information Service

La structure responsable juridiquement de l'Eco-gare Odyssea Protect® devra installer au minimum un Relais d'Information Service. Ce dernier pourra être sous forme d'une borne numérique extérieure 24/24 et 7 jours/7. Ce

RIS, quelque soit sa forme, devra valoriser les balades, les itinéraires écoresponsables ainsi que les outils numériques de protection de l'environnement et de valorisation des offres et des services touristiques dans un concept d'itinérance de destination touristique portuaire.

#### La présence d'un espace d'accueil référencé à proximité permettant aux utilisateurs d'avoir des informations sur l'Eco-gare Odyssea Protect®

Un lieu d'accueil pour les populations locales et les clientèles touristiques sera installé. Ce lieu d'accueil et d'information pour l'écomobilité offrira, en plus des informations sur les moyens de déplacement doux, des informations sur l'environnement. Il pourra être un kiosque en extérieur ou un lieu d'accueil au sein de la capitainerie.

#### La promotion et la valorisation de l'application « Guide numérique Ecotouristique »

Le but est de se baser sur les fondements du GPS touristique mais de le transformer en un outil numérique non plus seulement d'information touristique mais de marketing touristique l'histoire, le patrimoine, la géographie/les paysages et la culture vivante, les patrimoines naturels...

## 5. UN PROJET DE TERRITOIRE STRUCTURÉ, COORDONNÉ ET INTÉGRÉ / LE PORT ET LE FRONT DE MER

### 5.6. L'éco-gare Odyssea Protect

DESCRIPTION DES INVESTISSEMENTS	MONTANT HT EN €
Installation d'une éco-gare avec automate de paiement	41 150
Achat de 6 vélos à Assistance Electrique + cadenas	9 000
Marquage au sol et signalétique	4 000
Communication, guide numérique et print	25 000
Livraison	4 000
Esti'navette	200 000
<b>TOTAL</b>	<b>283 150</b>











**NOUVEAU  
100% électrique**

# LOUEZ-MOI



Borne de recharge rapide

EN VOITURE 100% ÉLECTRIQUE



À VÉLO ÉLECTRIQUE

BALADES ET ITINÉRAIRES TOURISTIQUES  
SUR BANYULS-SUR-MER ET À 1H











**NOUVEAU  
100% électrique**

# LOUEZ-MOI



Borne de recharge rapide

EN VOITURE 100% ÉLECTRIQUE



À VÉLO ÉLECTRIQUE

BALADES ET ITINÉRAIRES TOURISTIQUES  
SUR BANYULS-SUR-MER ET À 1H <sup>249</sup>

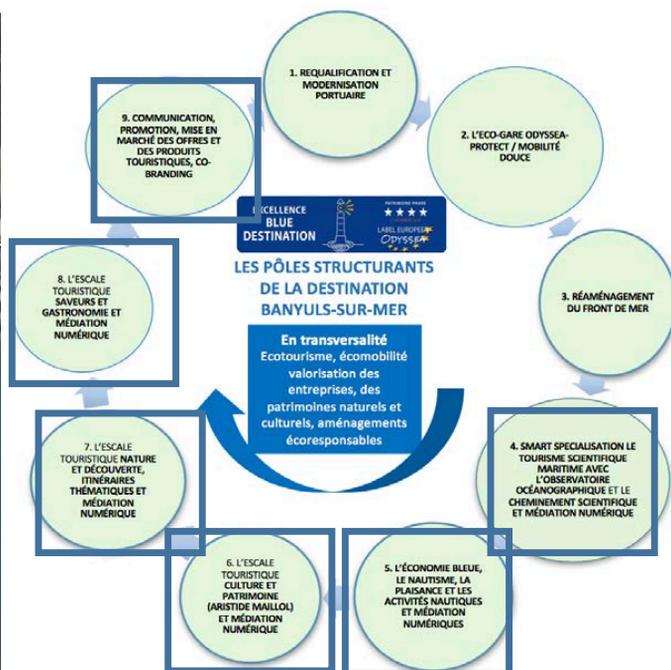




## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

	Sommaire	p 3
	Comité de rédaction	p 4
	L'objet de ce document	p 5
	Document connecté 2.0	p 6
	Mots clés	p 7
	Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
	Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea	p 14
	1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale	p 20
	2. Diagnostic de territoire	p 39
	3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation	p 49
	4. La stratégie touristique	p 62
5.	Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer	p 182
	<b>6. La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable</b>	<b>p 251</b>
	7. Synthèse des projets et calendrier de réalisation	p 263

## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE





## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

### 6.1. Médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels

En matière de tourisme, les activités culturelles représentent, en 2011, une valeur ajoutée de 57,8 Md€, soit 3,2 % de la somme des valeurs ajoutées de l'économie française, ce chiffre représentant l'évaluation la plus proche de ce que l'on pourrait appeler le « PIB culturel ».

C'est, en valeur ajoutée, l'équivalent du secteur de l'agriculture et des industries alimentaires (60,4 Md€), deux fois les télécommunications (25,5 Md€), quatre fois l'industrie chimique (14,8 Md€) ou l'assurance (15,5 Md€), sept fois l'industrie automobile (8,6 Md€).

Le tourisme culturel a certes des effets sur l'économie d'un territoire, une étude de 2015 montrait qu'1 € investit dans le développement culturel touristique apportait 7 € de retombées économiques, en lui conférant emplois, activités et ressources.

Mais ses effets ne se cantonnent pas au seul secteur économique. Si la culture des lieux est l'objet du tourisme culturel, le tourisme culturel n'est pas sans influence sur celle-ci.

De même, la confrontation de la culture des touristes et de la culture locale produit des effets qui ne sont pas sans conséquences sur le développement du territoire : meilleure connaissance de l'autre, rencontres...

Depuis plus de trente ans, les activités de médiation culturelle, qui visent à favoriser l'appropriation collective des différentes formes d'art et de patrimoine, ont connu un essor continu dans l'ensemble des domaines artistiques et culturels.

La médiation culturelle est un terme d'usage

récent dans les politiques culturelles en France. Elle désigne des fonctions et des compétences qui forment, dans certains domaines culturels (patrimoine, muséologie, art contemporain et, à un moindre degré, lecture publique), de véritables métiers, identifiés comme tels, et des cadres d'emploi qui ont acquis, avec le temps, une légitimité et une visibilité fragiles, mais réelles.

Dans d'autres secteurs (cinéma, spectacle vivant), l'embauche de personnels dédiés à la médiation est plus épisodique, ou bien problématique et confuse, les personnels étant recrutés sur des fonctions de relations publiques, de marketing culturel, d'administration de projet.

Certains champs culturels sont, par ailleurs, relativement hostiles à l'idée même de médiation, comme c'est le cas pour le théâtre.

Pour autant, ni ces activités, ni les emplois et les personnes concernés ne constituent aujourd'hui un ensemble homogène. Cette fragmentation rend singulièrement difficile l'appréhension des dynamiques à l'œuvre dans ces métiers et la définition de politiques publiques visant leur professionnalisation, alors qu'ils sont au cœur des politiques en faveur de l'accès à la culture.

Disposer d'un état des lieux de l'ensemble des situations professionnelles rencontrées sous l'intitulé générique de « médiation culturelle », proposer une approche renouvelée de ces activités du point de vue de l'organisation du travail étaient les premiers objectifs de l'étude des métiers de la médiation culturelle.

## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

### 6.1. Médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels

Elle met au jour un paradoxe : si les activités de médiation font l'objet d'un large consensus, elles demeurent aujourd'hui faiblement insérées au sein des organisations et institutions culturelles et elles sont généralement portées par des acteurs professionnels aux conditions d'emploi précaires, aux statuts et formes de reconnaissance incertaines.

Visites guidées, ateliers, partenariats pédagogiques, rencontres et festivals artistiques, conférences... la médiation dans les lieux culturels est omniprésente et multiple. Scolaires, touristes, adultes en groupe ou individuels, seniors, abonnés en bénéficient. Pas un secteur, pas une institution, pas un lieu culturel, quelle que soit sa taille, ne semble aujourd'hui pouvoir l'ignorer.

Du statut controversé de dispositif innovant il y a vingt ans, la médiation est devenue à présent une sorte d'évidence pour le champ culturel.

Partant de ce postulat la ville de Banyuls-sur-Mer a décidé de mettre un véritable plan d'action en matière de médiation culturelle.

La mise en place de cette politique de médiation culturelle et numérique permettra de mettre en place de nombreux produits touristiques créateurs de valeur ajoutée à la destination Banyuls-sur-Mer et d'emploi.

Ce plan se déroulera en 6 phases :

1. Création du groupe de travail médiation culturelle numérique de la destination Banyuls-sur-Mer.
2. Inventaire des offres et des services touristiques de la destination Banyuls-sur-Mer déjà existantes.

3. Définition des thématiques d'excellence touristique (la biodiversité marine, Aristide Maillol, le vin, les contrebandiers, l'olive, les barques catalanes et les métiers de la mer, la pêche, Walter Benjamin, les paysages viticoles...) par le groupe de travail des acteurs locaux.
4. Recensement et formation des femmes et des hommes capables de devenir les médiateurs culturels numériques de la destination Banyuls-sur-Mer.
5. Création des contenus nécessaire à la médiation culturelle de la destination Banyuls-sur-Mer : textes, photos, vidéos, traductions...
6. Promotion, communication et mise en marché des produits touristiques culturels et numériques labélisés.





## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

### 6.1. Médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels

#### 6.1.1. Requalification de l'itinéraire Mer & Terre de Banyuls-sur-Mer

##### **Banyuls-sur-Mer inaugure le premier itinéraire culturel côté mer - côté terre**

Du Cap Béar à l'anse de Peyrefite, du port de plaisance au Coll de Banyuls, l'itinéraire culturel côté mer - côté terre de Banyuls-sur-Mer vous offre au fil de ses paysages les plus belles histoires de la première cité portuaire Odysee en Europe.

Tout au long de cet itinéraire culturel, les sites de lecture paysagère qui ont été choisis, l'ont été pour leur beauté et pour ce qu'ils avaient à « raconter » et vous « faire vivre ». Vous découvrirez des paysages culturels remarquables, qui vous conteront les grandes et petites histoires du pays.

##### **Une nouvelle façon de voyager pour découvrir une cité portuaire d'exception : Banyuls-sur-Mer**

L'itinéraire côté mer - côté terre est composé de 17 sites de lecture paysagère dont 4 sont en mer. Que vous soyez en mer ou à terre, vous sont offerts, au travers des paysages banyulencqs, toute la culture, l'histoire et l'identité de Banyuls-sur-Mer.

Le principe est toujours le même.

A chaque site de lecture paysagère, il vous suffit de composer le numéro de téléphone inscrit sur la tablette et d'écouter les commentaires qui

vous sont faits. Le paysage vous est décrit et conté dans sa globalité.

Chacune de ces lectures paysagères est entrecoupée des principaux faits culturels et historiques de Banyuls-sur-Mer. Au travers des 17 sites de lecture paysagère, plus de 40 thématiques sont à découvrir.

Ainsi, vous saurez tout sur le terroir de Banyuls et les vins qui y sont produits, les AOC Banyuls et Collioure. Vous seront racontés les 6 000 kilomètres de murettes, faisant du terroir de Banyuls la muraille de Chine européenne, les vendanges au siècle passé, les 200 ans de contrebande et les conflits qui en ont découlé, la culture maritime de Banyuls avec ses pêcheurs-vignerons, ses remailleuses de filets de pêche et ses barques catalanes.

Vous découvrirez la gastronomie et l'art de vivre catalans, la mer et ses fonds marins, les légendes, les us et coutumes, les savoirs et savoir-faire, la vie des Banyulencqs au siècle passé et de nos jours...

Tout ce que vous entendrez a été écrit à partir des récits que nous ont faits les hommes et les femmes de Banyuls. Qui mieux qu'eux auraient pu vous parler de leur cité plus que centenaire.

## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

### 6.1. Médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels

#### 6.1.1. Requalification de l'itinéraire Mer & Terre de Banyuls-sur-Mer





## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

### 6.1. Médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels

#### 6.1.2. Les vins patrimoine

Par l'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication, la bouteille de vin devient un office de tourisme délocalisé. Le vin devient un véritable ambassadeur du territoire, vecteur d'image et d'attractivité de la destination. Chaque bouteille qui « sort » du territoire devient un outil de promotion et de valorisation de la destination, de ses offres et services oenotouristiques et touristiques, de ses patrimoines et paysages, de son identité, de ses acteurs locaux et de leurs savoirs et savoir-faire non délocalisables et créateur d'emplois.

#### De la bouteille « Vins Patrimoine » à un développement territorial et économique d'entreprise

##### Le développement des circuits courts

Le circuit court est l'axe central du développement économique des « Vins Patrimoine ». Ces vins seront disponibles à différents endroits sur Banyuls comme dans la restauration.

##### La création d'offres et de produits oenotouristiques

Fort de cet axe de développement, l'Office de Tourisme de Banyuls renforcera son partenariat avec le syndicat de défense des Vins AOC Banyuls et Collioure Vertige en valorisant et en vendant les produits touristiques existants.

##### Valoriser l'ensemble des offres touristiques

Par les outils numériques développés, il sera possible pour chaque utilisateur de découvrir, sur son smartphone, l'ensemble des offres touristiques viticoles de la destination Banyuls.

##### Création d'une exposition et d'une exposition itinérante

Le projet de la ville de Banyuls-sur-Mer est de renforcer l'attractivité du Mas Reig avec une école de sommellerie. Avec le programme des Vins Patrimoine, ce lieu serait équipé d'une exposition sur le monde du vin dont l'axe central serait les vins Patrimoine. Cette dernière serait dupliquée pour être itinérante (salon, manifestation...).

Véritable stratégie d'image pour une destination touristique, les « Vins Patrimoine » sont aussi une nouvelle stratégie de communication et de commercialisation pour les producteurs.

Véritable partenariat public-privé les « Vins Patrimoine » permettent de mettre en place les fondements clés de l'économie oenotouristique de destination : stratégie d'image commune, mise en réseau des acteurs locaux dans une stratégie définie de façon conjointe et mise en marche d'offres et de produits oenotouristiques existants ou à créer, clairs et identifiés.



## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

### 6.1. Médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels

#### 6.1.2. Les vins patrimoine

##### La naissance de l'action « les Vins Patrimoine »

Dans le rapport Dubrulle sur l'oenotourisme de 2007, il en ressort que l'oenotourisme ne peut rester seulement sur le produit vin, sur la culture vin mais doit prendre en compte le territoire sur lequel il est produit. C'est en partant de ce postulat qu'est né le concept des « Vins Patrimoine » auquel se sont ajoutées les Technologies de l'Information et de la Communication pour devenir les « Vins Patrimoine ». L'innovation de ce programme s'inscrit dans le principe de faire parler le vin par le multimédia.

S'appuyant sur les patrimoines, les vins d'Appellation d'un territoire et les Technologies de l'Information et de la Communication, l'action « Vins Patrimoine » donne naissance à un nouveau marketing oenotouristique où le vin n'est pas seulement un produit mais, associé au patrimoine, devient un ambassadeur de son territoire.

C'est alors une nouvelle image de la destination auprès de sa population locale et des clientèles touristiques qui est véhiculée et qui devient l'identité marketing du territoire. *Vous ne trouverez que des vins d'Appellation d'Origine Protégée Banyuls que dans les Pyrénées-Orientales et vous ne pourrez associer les barques catalanes, Aristide Maillol, les paysages viticoles symbolisés par des murettes à des vins AOP Banyuls que sur la destination destination Banyuls-sur-Mer.* Cette destination touristique devient alors, à travers le produit « Vins Patrimoine », identifiable et identifiée auprès des consommateurs.

##### Comment se matérialise l'action « Vins Patrimoine » sur une bouteille de vin ?

Au-delà du produit vin et de la bouteille, l'élément clé et identitaire de l'action « Vins Patrimoine » est le QR Code ou la puce Near Field Communication (NFC). C'est par l'utilisation de ces technologies qui permettront la diffusion de deux vidéos.

- **Le mini-clip Art de Vivre.** Ce mini-clip amène à comprendre quelle est la typicité du vin, son approche technique, quels savoirs et savoir-faire les vignerons ont du déployer pour le produire, quels sont leurs engagements en termes de qualité, d'environnement, de vinification... Vient ensuite la partie gastronomie. Le discours porte sur les accords mets et vins. Il associe au vin l'ensemble des productions locales autour de la gastronomie du territoire. Il permet de révéler toute l'offre gastronomique locale, l'art de la table, les us et coutumes et renforce la connaissance des labels et marques de qualité. Cette partie vise à s'inscrire dans la reconnaissance UNESCO obtenue en 2010 par la France autour du repas gastronomique à la française.
- **Le mini-clip Patrimoine.** Il s'agit d'associer, par ce mini-clip, le vin au patrimoine. Le vin raconte l'histoire du patrimoine, les paysages qui lui sont liés, la culture des gens d'ici... Il permet de rendre le territoire unique, de montrer son offre touristique, d'en révéler sa valeur culturelle et patrimoniale.



## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

### 6.1. Médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels

#### 6.1.3. Les itinéraires touristiques d'excellence culturelle et numérique

**Création de produits et d'offres touristiques selon les grandes thématiques touristiques fondatrices filières d'excellence et des 5 thématiques d'escalas Odyssea de la destination Banyuls-sur-Mer.**

Cette étape aura pour objectif, de créer de véritables produits touristiques pour la destination Banyuls-sur-Mer.

Valorisation éditoriale des grandes thématiques d'itinérance selon les filières d'excellence et des 5 thématiques d'escalas de la destination et des thématiques culturelles d'itinérance sur la destination Banyuls-sur-Mer (top 20, top 10, top 5 des sites à voir).

Traitements des points d'intérêt touristique et intégration des thématiques culturelles d'itinérance à valoriser dans les différents guides numériques ou papiers.

Valoriser les activités à voir et à faire par cœur de cible clientèle selon les 5 thématique d'escalas Odyssea. Créer des offres pour découvrir la destination Banyuls-sur-Mer en fonction des cibles clientèles (famille, célibataire), nature ou nautique, sur une durée de séjour 3, 4, 5, 6, 7... jours.

Mise en commercialisation des nouveaux produits sur le portail web de la destination Banyuls-sur-Mer.

Il est prévu pour mener à bien cette étape, un travail d'écriture des offres et des produits touristiques favorisant l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre selon les filières

d'excellence et les 5 thématiques d'escalas Odyssea.

Une banque d'images et des vidéos de promotion des produits touristiques favorisant l'itinérance touristique et culturelle Mer & Terre selon les filières d'excellence et les 5 thématiques d'escalas Odyssea seront réalisées.

Cette étape sera effectuée conjointement avec les professionnels de la destination Banyuls-sur-Mer, l'Agence de Développement du Tourisme des Pyrénées-Orientales, le Comité Régional du Tourisme et des acteurs touristiques comme le Parc naturel marin du golfe du Lion.

Les grandes thématiques d'itinérance selon les filières d'excellence et les entreprises à valoriser (liste non exhaustive):

- De l'infiniment grand à l'infiniment petit.
- L'itinéraire culturel mer et terre de Banyuls-sur-Mer.
- La biodiversité marine et terrestre.
- Aristide Maillol.
- Les paysages viticoles.
- Les contrebandiers.
- L'histoire de l'olive.
- Les barques catalanes,.
- Les métiers de la mer.
- La pêche.
- Walter Benjamin.
- L'identité catalane.
- ...

**Ces itinéraires touristiques d'excellence culturelle et numérique permettront de valoriser la destination Banyuls-sur-Mer et de créer des emplois de guide du patrimoine.**



## 6. LA MÉDIATION CULTURELLE NUMÉRIQUE POUR UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

### 6.1. Médiation culturelle et numérique pour un développement touristique durable autour des sites naturels et culturels

#### 6.1.4. Budget

DESCRIPTION DES INVESTISSEMENTS	MONTANT HT EN €
Requalification de l'itinéraire culturel mer et terre de Banyuls-sur-Mer	30 000
Mise en culture et en tourisme numérique de l'action les Vins Patrimoine	70 000
Mise en tourisme numérique des filières d'excellence de la destination Banyuls-sur-Mer pour une itinérance culturelle et écotouristique autour des sites culturels et naturels	240 000
<b>TOTAL</b>	<b>340 000</b>





## 7. SYNTHÈSE DES PROJETS ET CALENDRIER DE RÉALISATION

	Sommaire	p 3
	Comité de rédaction	p 4
	L'objet de ce document	p 5
	Document connecté 2.0	p 6
	Mots clés	p 7
	Editorial de M. Jean-Michel SOLÉ, Maire de Banyuls-sur-Mer	p 8
	Banyuls, cité de préfiguration du modèle Odyssea	p 14
	1. S'inscrire dans les échelles de gouvernance territoriale	p 20
	2. Diagnostic de territoire	p 39
	3. Le modèle, la gouvernance et l'organisation	p 49
	4. La stratégie touristique	p 62
5.	Un projet de territoire structuré, coordonné et intégré / le port et le front de mer	p 182
6.	La médiation culturelle numérique pour un développement touristique durable	p 251
	<b>7. Synthèse des projets et calendrier de réalisation</b>	<b>p 262</b>

## 7. PLAN D'INVESTISSEMENT ET CALENDRIER DE RÉALISATION

### 7.1. Plan d'investissement



**COUT GLOBAL : 12 914 150 € (HT) soit 15 496 980 € (TTC)**

## 7. SYNTHÈSE DES PROJETS ET CALENDRIER DE RÉALISATION

### 7.1. Calendrier de réalisation



Octobre 2016

**Aménagement du front de mer**



Premier trimestre 2017

**Médiation culturelle et numérique**



Premier trimestre 2017

**Aménagement du parvis du biodiversarium et cheminement scientifique**



Deuxième trimestre 2017

**Eco-Gare Odyssea Protect / Ecomobilité**



Premier trimestre 2018

**Requalification et modernisation du port de plaisance**





VILLE DE BANYULS-SUR-MER / OFFICE DE TOURISME / CAPITAINERIE  
Avenue de la République, 66650 Banyuls-sur-Mer

Document téléchargeable sur [www.odyssea.eu/pro/nos-etudes-strategiques/banyuls-sur-mer](http://www.odyssea.eu/pro/nos-etudes-strategiques/banyuls-sur-mer)

Le Groupement Européen de Coopération ODYSSEA / Union des Villes Portuaires du Languedoc-Roussillon

